Ontario

Annual Report 2003-2004

Ontario Media Development Corporation

OUR MANDATE

The objects of the Corporation are to stimulate employment and investment in Ontario:

a by contributing to the continued expansion of a business environment in Ontario that is advantageous to the growth of the cultural media industry and to the growth of new employment, investment and production opportunities in Ontario;

b by facilitating and supporting innovation, invention and excellence in Ontario's cultural media industry by stimulating creative production, format innovation and new models of collaboration among sectors of the cultural media industry;

c by fostering and facilitating co-operation among entities within the cultural media industry and between the public and private sectors to stimulate synergies in product development and the creation of products with original Canadian content;

d by assisting in the promotion and marketing of Ontario's cultural media industry as a world-class leader;

e by administering provincial tax credit programs and such other programs and initiatives as may be required by legislation or a Minister of the Government of Ontario; and

f by acting as a catalyst for information, research and technological development in the cultural media industry provincially, nationally and internationally.

Ontario
Ontario Media Development Corporation
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

ONTARIO MEDIA DEVELOPMENT CORPORATION

175 Bloor Street East, South Tower, Suite 501, Toronto, Ontario M4W 3R8

Published by the Ministry of Culture ©2005 Government of Ontario.
ISSN 0836-1363

Printed on recycled paper using low-solvent environmentally friendly ink.
This report has been produced in a manner to make it completely recyclable. Printed in Canada.

106-00859/

OVERVIEW

CULTURE IS OUR BUSINESS

Culture is big business in Ontario – and Ontario Media Development Corporation (OMDC) plans to make it even bigger. Cultural media industries contribute approximately $5.3B to Ontario's economy, directly employ more than 40,000 in highly skilled jobs and thousands more in related industries such as printing and retailing. OMDC supports this contribution by providing the investment, research and tools to inspire home-grown creativity and drive continuous growth in a burgeoning sector.

In 2003/2004, OMDC delivered on its mandate to boost job growth and investment in Ontario. Innovative new programs such as *Pioneering Content, Gold Label* and the enhanced *Trillium Book Awards/Prix Trillium* – brought much-needed financial and professional development to the book and magazine publishing, film and television, music and interactive digital media industries.

Key achievements included:

- Issuing more than 1,300 certificates for tax credits representing an investment of more than $100M in Ontario companies
- Supporting the creation of three new magazines – *2 Magazine, Boating Industry Canada* and *The Peer Review* – through the *Volume One* program
- Sponsoring Ontario game developers at major events such as the Game Developers Conference in San José and E3 in Los Angeles
- Partnering with Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), the Canadian Consulate General in Los Angeles and Telefilm Canada on CIRPA's *Film and Television Music Mission* to Los Angeles. The event cleared the way for 15 Canadian music companies (nine from Ontario) to develop lucrative contacts in the United States film and television industry which resulted in synchronization licensing deals of $130,000 with more to come
- Providing scouting support to help producers cover the costs for location scouting trips to the province – making it even easier to choose Ontario. Additional funding provided by the Ontario Tourism Marketing Partnership attracted six new productions to Ontario, representing $70M in new foreign production activity

The year was filled with new ideas and approaches for showcasing Ontario's cultural industries and their products on the international stage and attracting new business to the province. The following pages highlight our expanding role in the growth of culture.

As we look ahead, OMDC's goal is to continue to focus its energy and resources on stimulating job growth and investment in Ontario. We will develop partnerships with our cultural stakeholders, encourage competitiveness among the industries, seek new markets for Ontario's cultural products and promote Ontario as the best place to do business.

FROM THE CHAIRPERSON

A Message from the Chairperson
To the Minister:
The Honourable Madeleine Meilleur
Minister of Culture

Dear Minister Meilleur:

I am pleased to present the Annual Report for Ontario Media Development Corporation (OMDC) for the fiscal year 2003/2004.

OMDC and its predecessor OFDC, have supported cultural industries for almost 20 years and significantly raised Ontario's profile internationally. This year stands out for its innovation and achievement. OMDC continued to seek new markets for Ontario's cultural products, give companies the tools to better market themselves, create opportunity for competition and innovation and facilitate lucrative business connections.

With the increasing globalization of culture, OMDC's role will become even more important to the success of our industries. This year the board worked with senior staff to create a five-year strategic plan that will provide the roadmap for innovation, partnership and limitless growth in one of Ontario's most promising sectors.

We look forward to delivering on that plan.

Marcelle Lean
Chair

A Message from the Chief Executive Officer

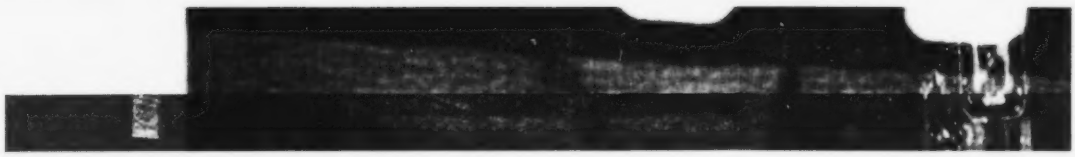
This has been a year of unprecedented action and achievement. Once again, staff met the challenge, introducing new programs to boost the province's cultural industries and continuing their work with industries to innovate and create new opportunities for international growth.

Perhaps the best measure of OMDC's achievement is reflected in a sampling of the enthusiastic client feedback that we received throughout the year.

- Noted McClelland & Stewart Publisher, Doug Gibson of the *Warm Up With Winter Reading* project, "everyone involved wins ... my thanks for this successful innovation."
- Jeremy Nelson, Publisher of the new *Peer Review*, wrote of *Volume One*'s magazine start-up program, "*Peer Review* has been able to make the investment in quality writing, design, and most importantly, publicity and marketing, that allow a new magazine to thrive and grow."
- Ian Kelso, President of New Media Business Alliance commented: "the strategic and financial support provided through *pl@tform* will provide a much-needed boost to Ontario's aspiring interactive digital media content companies."
- Lastly, Ryerson University Professor Charles Zaramaria (also Financial Director of the Indepdendent Production Fund, Bell Fund and Cogeco Fund) said of *OMDC's Six Degrees Conference*... "OMDC is recognized throughout the community as a forward-thinking and extremely useful catalyst for bridging gaps and moving forward with the delicate balance of business and culture. It's what all public agencies should be doing. OMDC does it so very well!"

Through OMDC's collective creativity and determination, Ontario's cultural media industries continued to grow and expand at home and throughout the global marketplace. As we move ahead, we will continue to seek ways to support cultural innovation and ingenuity.

Michel Frappier
Chief Executive Officer



GROWING EMPLOYMENT, INVESTMENT AND PRODUCTION OPPORTUNITIES

International exposure: OMDC has introduced innovative new programs and enhanced existing programs to ensure that Ontario media products have the best possible exposure in the international marketplace.

OMDC, Telefilm Canada, the Department of Foreign Affairs and International Trade, Canadian Film and Television Production Association and nine provincial funding agencies sponsored an exhibit at the International Pavilion at the Cannes Film Festival to promote Ontario as a location of choice for international filmmakers. OMDC and the Toronto International Film Festival Group (TIFFG) also co-hosted a reception in Cannes to promote Ontario as a world class production centre and to raise TIFFG's profile among the international press.

At the American Library Association (ALA) Conference, held for the first time in Canada in more than 30 years, OMDC provided funding to Ontario book publishers for:

- booth space for eight Ontario publishers' exhibits
- an Ontario Publishers' Directory, which provided American librarians with specific ordering, distribution and contact name information
- an evening networking reception, held in conjunction with the Association of Canadian Publishers and other industry stakeholders.

Thanks to OMDC's partnership with Telefilm Canada at the Canada Stand at the National Association of Television Production Executives (NATPE) Market in New Orleans, 48 Canadian companies, (17 based in Ontario) received funding to exhibit their products and gain invaluable exposure.

OMDC's Music Mission to UK enabled six Ontario record company representatives and artist managers to attend the *In the City Conference* in Manchester followed by three days in London where they attended networking and market intelligence sessions with UK labels, managers, publishers, media and retail.

Soundtracks for the Big Picture, featuring music from Ontario's most talented recording artists was another innovation OMDC developed this year. In a mass promotion effort, the CD was sent to 750 music supervisors and decision-makers at all major American film and television studios. The intent was to increase the licensing potential of Canadian music in North American feature film and television production.

Introductions and professional development: Breakfast meetings at the Toronto International Film Festival's Match Club provided opportunities for Ontario producers to meet their counterparts from around the world. OMDC produced a 30-second trailer showing clips from an astounding number of well received and high profile productions that were made in Ontario. The trailer was shown at more than 300 industry screenings at the Festival.

OMDC Sales Office at TIFF promoted Ontario films on a world stage, with 16 titles in the festival. OMDC newsletters, tax credit information and the Ontario Production Guide CD were distributed to industry delegates.

Twenty-six incorporated not-for-profit industry associations received support through OMDC's *Sector Organization Support (SOS)* program for programing focused on professional development and networking for cultural entrepreneurs.

DID YOU KNOW

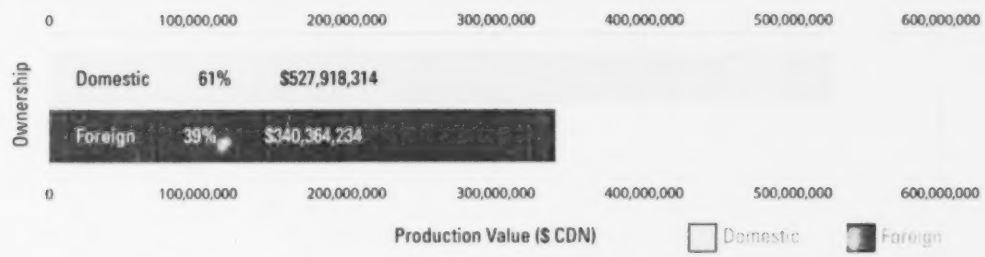
- Ontario Media Development Corporation (OMDC) is an agency of the Ministry of Culture
- Until 2000, OMDC was called Ontario Film Development Corporation (OFDC)

OMDC supported the Canadian Magazine Publishers Association at *Word on the Street* in Toronto by sponsoring a Magazine Event Tent featuring four different readings, and a writing and panel workshop. A direct marketing package containing four different subscription offers for consumers was distributed.

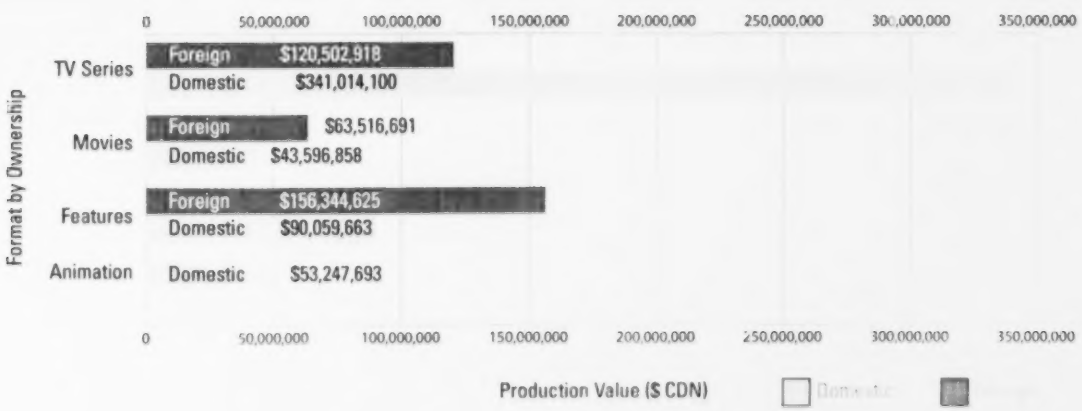
OMDC sponsored and introduced a series of "Cyber Lunches" addressing current issues in the new media industry at the annual film and television conference in Banff.

In partnership with Banff Executive Leadership Inc., OMDC debuted *Executive Forum: Leading the Business of Culture* in Toronto in May. The program brought together 14 executives from the cultural media for five days of invaluable information-sharing on the leadership challenges of managing and growing their businesses. Open to Canadian-owned, Ontario-based companies in the book and magazine publishing, film and television, music and interactive digital media industries, the program offered a unique opportunity to compare business models. "I learned a great deal from the facilitators and guest speakers and just as much from my peers," said magazine publisher Mary Hughes of Harworth Publishing.

2003/2004 Ontario's Film & TV Production Activity



2003/2004 Breakdown of Ontario's Film and Television Production Activity By Format



INNOVATION, INVENTION AND EXCELLENCE IN ONTARIO'S CULTURAL MEDIA

The *16th Annual Trillium Book Awards/Prix Trillium* Book Prize of $20,000 went to Nino Ricci for *Testament* and Austin Clarke for *The Polished Hoe* and Michel Ouellette's *Le testament du couturier* for the French Language Prix Trillium. The Inaugural *Trillium Book Award for Poetry* was given to Eric Charlebois for *Faux-fuyants*.

OMDC's new *Pioneering Content* program awarded strategic and financial support to 12 innovative, cross-sector projects. The program provides cash grants of up to $70,000 per project team, as well as strategic support and consultations with industry professionals. The projects sponsored included an interactive film/console game, an on-line community building tool for the music industry and a wireless survey tool integrated with a current affairs documentary.

Industry Fellowships distributed three bursaries to entrepreneurs in various cultural industries – two producers attended the Sundance Independent Producers' Conference, and one person attended at the Banff New Media Institute's Interactive Screen program.

Thirty producer/director teams submitted short film projects to the *Al Waxman Calling Card Program* for Drama. OMDC screened four new *Al Waxman Calling Card* Dramas in partnership with several industry sponsors. OMDC's *Al Waxman Calling Card* Documentary films were nominated for three Gemini Awards – an excellent achievement for the program and filmmakers.

With an eye on the future of the industry, OMDC launched *pl@tform* for the interactive digital media industry at the nextMEDIA International New Media Festival. The program will provide seed funding to help create commercially viable interactive digital media products.

We are proud to present the winners of the

TRILLIUM BOOK AWARD

The Trillium Book Award was created by the Ontario Government to support Ontario writers.

Congratulations to these authors and publishers.

For further information, visit the OMDC website at www.omdc.on.ca

Be the first to celebrate Ontario's writers.
Look for these books at fine bookstores everywhere.

Ontario

CO-OPERATION AMONG PUBLIC AND PRIVATE ENTITIES

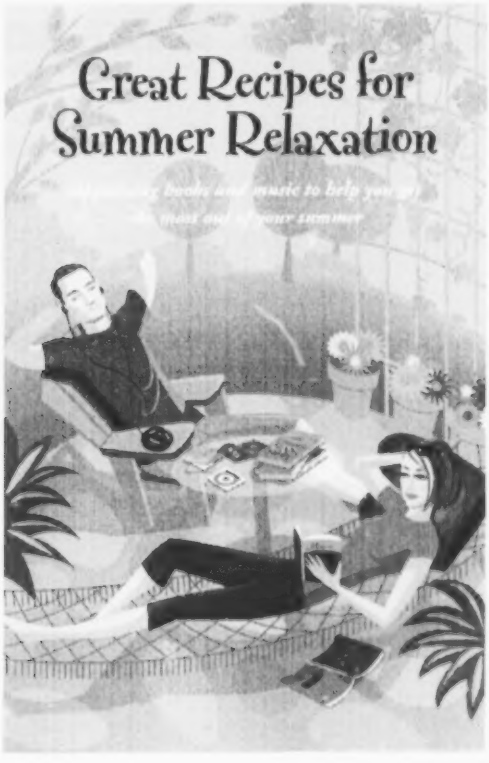
OMDC sponsored two unique direct marketing campaigns including: *Great Recipes for Summer Relaxation*, a 24 page brochure of Ontario-produced book and music products created in association with the Organization of Book Publishers of Ontario (OBPO) and Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) and inserted in June 2003's LCBO *Food & Drink* Magazine. Another successful campaign with OBPO and Canadian Booksellers was *Warm Up With Winter Reading*, a 24 page color brochure promoting Ontario books. This brochure was distributed through three Canadian magazines (*Toronto Life, Canadian House & Home* and *Today's Parent*) and 47 Ontario book stores and 93 libraries within the Toronto Public Library System.

In partnership with FilmOntario and the City of Toronto, OMDC opened a new *Toronto Ontario Film Office* in Los Angeles. The office will promote the many advantages of filming in Ontario including its diversity of locations, tax credits and industry assistance.

Ontario partnered with the Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) to send a group of Canadian music labels, including eight Ontario companies, to Los Angeles for a two-day Music for Film and Television trade mission in November. The objective was to promote the labels, artists and catalogues for licensing to American studios, production companies and music supervisors.

DID YOU KNOW

- Ontario's sound recording tax credit provides a 20 per cent rebate on production and marketing costs for eligible sound recordings
- OMDC enhances Ontario music companies' profiles at international markets such as MIDEM and Popkomm, resulting in significant volume of new sales each year
- OMDC partnerships facilitate a large number of new business meetings between international and Ontario delegates at events such as Canadian Music Week (CMW) and North by Northeast (NXNE)



ADMINISTERING PROVINCIAL TAX CREDITS

Tax credits are a major incentive for doing business in Ontario. Tax credits make Ontario companies more competitive internationally, encourage the development of new cultural products, create jobs in Ontario and attract investment to Ontario-based projects. OMDC co-administers six tax credits with the Ontario Ministry of Finance:

- Ontario Film and Television Tax Credit to promote Canadian-content film and television productions
- Ontario Production Services Tax Credit to attract foreign film production to Ontario
- Ontario Computer Animation and Special Effects Tax Credit to strengthen Ontario companies that produce computer animation and special effects for film and television
- Ontario Book Publishing Tax Credit to support the first three books of Canadian authors by an Ontario publisher
- Ontario Interactive Digital Media Tax Credit to encourage the development of original content by Ontario companies
- Ontario Sound Recording Tax Credit to build Ontario-based Canadian labels

To further support the growth of Ontario companies, OMDC focused significant effort on improving the administration of the tax credits this year. Customer service improvements have streamlined the application process and reduced the turn-a-round time to receive a credit. OMDC worked closely with the Ministry of Finance to share information and maximize efficiencies in the review of claims. OMDC also consulted with Canada Revenue Agency (CRA) and Canadian Audio-Visual Certification Office (CAVCO) to share best practices and to streamline the review of claims for film and television productions.

In 2003/2004, the average turnaround time for all credits was 19.2 weeks, down significantly from previous years.

OMDC increased promotion of the Ontario Interactive Digital Media Tax Credit, and the Ontario Sound Recording Tax Credit. In 2003/2004, applications were submitted for more than 150 sound recordings. The number of applications received for the Ontario Interactive Digital Media Tax Credit increased by 24 per cent from the previous year.

DID YOU KNOW

- **OMDC is a trend setter in developing international market support for Ontario's film and television products**
- **The Los Angeles Marketing Office – a partnership with FilmOntario and the City of Toronto – actively markets the benefits of Ontario's film and television industry to Hollywood and solicits new productions to come to the province.**
- **Ontario film tax credits – co-administered by OMDC – represent an annual influx of close to $100M in financing for Ontario companies**

Tax Credit Applications Received and Certificates Issued in 2003/2004

	Number of Applications	Number of Certificates Issued	Number of Projects	Estimated Value of Tax Credit
Ontario Book Publishing Tax Credit	192	247	244	$ 1,763,423
Ontario Sound Recording Tax Credit	159	530	201	$ 2,102,870
Ontario Film & Television Tax Credit	345	360	357	$ 69,575,501
Ontario Production Services Tax Credit	107	116	116	$ 28,958,754
Ontario Computer Animation & Special Effects Tax Credit	49	38	153	$ 4,526,781
Ontario Interactive Digital Media Tax Credit	36	24	206	$ 1,554,474
Grand Total for all Tax Credits	888	1,315	1,277	$ 108,481,803

Notes: 1) The estimated value of tax credit is related to the certificates issued, not the applications received in this period.
2) OCASE and OIDMTC applications are based on the applicant's fiscal year of activity and may include multiple productions.
3) Multiple OSRTC certificates are issued for each project and may include up to 3 certificates for each album certified.

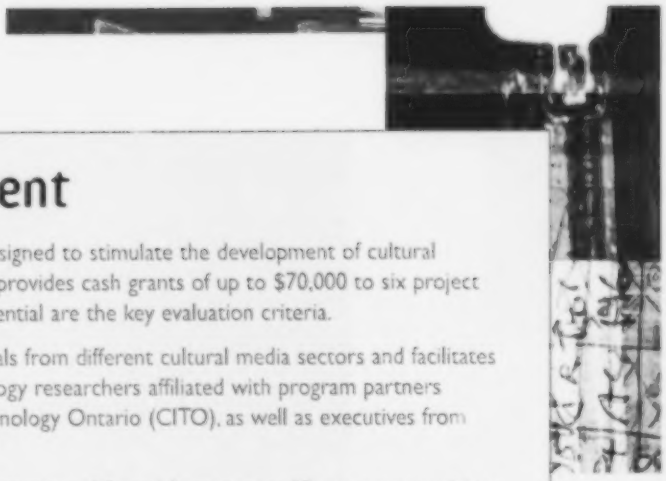
INFORMATION, RESEARCH AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

To enhance Ontario's competitiveness on the international stage, today and in the future, OMDC must keep its finger on the pulse of the latest industry innovations and news.

Accurate studies and information assist OMDC and its industries in program and industry development and ensure its competitiveness going forward. Several key studies were conducted:

- OMDC partnered with Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T) to create *Employment in Canadian Screen Based Media: A Statistical Profile* that provides a snapshot of work in the film and television industries and examines the growing new media industry. The study makes available statistical information about Canada's screen-based media workforce, work trends and preparedness for an increasingly global future
- OMDC and the Canadian Magazine Publishers Association conducted a *Pan Industry Research Gap and Needs Study* to assess the availability of statistical and research information relevant to periodical publishing in Canada and identify gaps and research needs
- OMDC continued to measure Ontario's competitiveness with other production locations. A budget comparison was completed and OMDC is compiling data on infrastructure, studios and equipment in competing jurisdictions
- OMDC and the Organization of Book Publishers of Ontario conducted a comprehensive analysis of the economic impact of the Canadian-owned publishing industry in Ontario

The launch of the innovative database, *Locations Ontario* set a precedent in the industry and garnered international attention for its more than 4,000 complete digital records representing 90,000 digital images accessed daily by more than 750 industry professionals.



Spotlight on...

Pioneering Content

Pioneering Content is a new initiative designed to stimulate the development of cultural products for tomorrow. The program provides cash grants of up to $70,000 to six project teams. Innovation and commercial potential are the key evaluation criteria.

Pioneering Content connects professionals from different cultural media sectors and facilitates introductions to a network of technology researchers affiliated with program partners Communications and Information Technology Ontario (CITO), as well as executives from CHUM Television and Goodmans LLP.

In 2003/2004, the program awarded strategic and financial support to 12 prototype projects:

- **Blobheads:** an interactive video game based on the *Blobheads* books and television series
- **Bookshorts:** a short dramatized film based on Susan Swan's novel, *What Casanova Told Me*, with an interactive player to be released simultaneously with the book
- **NowLive:** on-line community building and promotion tool for the music industry featuring Indie artists Linda McLean and Lynn Harrison
- **Inside Music DVD+:** The Show, a rising R&B group, featured on an emerging disc technology that marries music content on one side with video content on the other
- **Juno Beach:** a production model for print and interactive publishing
- **Somnambulism:** an interactive film/console game for the Xbox platform that pushes the boundaries of narrative gaming
- **The Intrepid Project:** non-linear content modules composed of many hundreds of individual content pieces (audio, text, video, games, etc.) to create role playing scenarios that enable users to engage in collaborative learning
- **Real-time Interactive Television Avatars (RITA) Screener:** a live interactive television game show where contestants are challenged to answer skill testing questions in a virtual studio and at home
- **VoxPoll:** wireless survey tool that uses the text messaging capacity of mobile phones to generate real-time audience feedback
- **Odd Job Jack Described:** video description technology in an episode of Odd Job Jack – an animated television and web series about one guy's misadventures in temporary employment and his quest to get a full-time life
- **Geographica:** a synthesis of new Canadian technologies and new and existing content to create a web-accessible manner to explore and discover Canada in virtually unlimited ways
- **Burnt Toast Emotion:** enhanced captioning of two segments from *Burnt Toast*, a TV film comprised of a series of eight mini-opera vignettes. The emotive captioning DVD will create a new level of accessibility for deaf and hard of hearing audiences

"This is an excellent program," said Diane Williamson, President, Digital Wizards (Ontario) Inc. "In our cross-sector project, we worked with publishers to produce Juno Beach, Canada in World War II, as a book and CD-ROM that links to a website. ... All project partners were investing financially but without the program and the grant we would not have been able to complete the financing."

DID YOU KNOW

- OMDC provides profile and marketing assistance for publishing houses attending festivals in Ontario and abroad
- OMDC co-administers an Ontario tax credit that provides a rebate to Canadian-owned publishers of up to $30,000 of production and marketing costs per title
- OMDC works with the magazine industry to support innovative marketing strategies to promote readership of Ontario magazines

Spotlight on...

Volume One

Volume One was created to stimulate the creation of new magazines in Ontario and to help publishers get them into production and on to shelves. The industry juried program provided each publisher with funding towards the cost of creating and publishing their new magazine. They were also matched with established industry consultants to ensure their magazine's long-term viability. The magazines were all successfully launched and are delivering on their business plan proposals.

Publishers received goods and services from program sponsors Cornerstone Publishing Services, Clarity/Liquid and MediaXchange.

The program's first three recipients were:

- ***Boating Industry Canada*:** a trade publication addressing the business information needs of the marine trade in Canada
- ***The Peer Review*:** a magazine for Canadian graduate students and people engaged in a lifetime of learning
- ***2 Magazine*:** for couples 25-34, offering advice, profiles and features of interest to that age group

"Through *Volume One*, *The Peer Review* has been able to make the investments in quality writing, design, and, most importantly, publicity and marketing, that allow a new magazine to thrive and grow." Jeremy Nelson, Publisher.

Spotlight on... Location Promotion

Expanded service in anchoring production to the province

The *Toronto Ontario Film Office* in Los Angeles, California is a public-private partnership between Ontario Media Development Corporation, FilmOntario (The Ontario Film and Television Consortium) and the City of Toronto Film and Television Office.

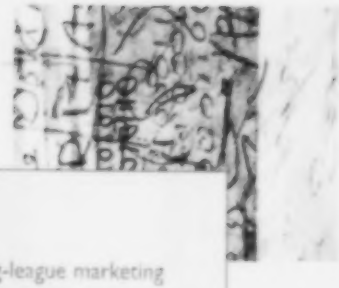
The new partnership, established in June 2003, enabled the partners to pool their resources and provide an effective platform from which to promote the many benefits of filming in Ontario.

The office promotes the benefits of filming in Ontario, the diversity of locations, the comprehensive infrastructure and the cost-effectiveness of producing in Ontario. The office also assists Ontario-based producers in making contacts and obtaining introductions to creative development and acquisition decision-makers in Los Angeles.

Locations Ontario - OMDC's New Online Digital Locations Database:

Locations Ontario, launched in 2004, has set a precedent in the industry and has garnered international attention for its innovation. The database contains more than 4,000 digital locations, encompassing over 90,000 individual digital images. It is used daily by more than 750 local industry professionals.

This interactive and fully searchable locations library has revolutionized the way film and television producers scout potential filming sites for their upcoming productions. Accessible 24 hours-a-day, seven days-a-week, this resource leads the way in digital imaging techniques and online photographic package delivery.



Spotlight on...

Gold Label

Ontario's independent music labels now have the means to launch the big-league marketing and promotional tactics they've only dreamed of thanks to a new program. *Gold Label* provides funding to Canadian-owned and controlled Ontario-based recording labels that support new and emerging Canadian artists.

"The greater goal here is building stronger labels that will be able to support the rise of Canadian talent, both at home and internationally," says Marcelle Lean, Chair of OMDC. "Not to mention the employees they'll need to hire for their growing operations."

Companies submit marketing ideas that are new to their business plan. Industry juries judge the viability of the ideas.

A major benefit of *Gold Label* is the access to industry advisors, which can help the labels develop and execute their strategies including A & R, marketing, sales, promotion, publicity, business development and international marketing, distribution and retail.

In its first year, four companies received $40,000 each under the program. Recipients included Arts & Crafts, Curve Music, Linus Entertainment and Sonic Unyon.

Earl Rosen, an owner and founder of Marquis Classics, a Toronto-based independent music label says, "OMDC has responded to the music industry's need to help growing young labels capitalize on their opportunities. The flexibility in the program definition, which allows the applicants to tailor a plan specifically to their needs, is very welcome."

Spotlight on...

Market Access Program

Ontario Media Development Corporation promotes the attendance of cultural entrepreneurs at international events and markets through the *Market Access Program*. Cultural media industry companies enhance their industry contacts, advance their business development strategies and move their projects forward.

OMDC pre-selects *Market Access Program* sites by consulting with the industry to determine key events and markets. Each site has its own industry focus and target participant and is operated as an individual initiative under the *Market Access Program* banner.

Market Access Program participants have access to financial support to cover some of their travel, accommodation, registration expenses and strategic support to assist them in preparing for their attendance at the event or market. Support varies based on participant requirements and the specific market or event. For all *Market Access Program* sites, successful applicants are required to pay a portion of the costs associated with their participation in the program.

Spotlight on...

Al Waxman Calling Card Program

DID YOU KNOW

- OMDC co-administers a tax credit that provides a 20 per cent rebate on development and marketing costs for original, interactive digital media content
- OMDC supports the attendance of Ontario game developers at key conferences such as the *Game Developers Conference* and *E3* to create sales and marketing opportunities
- OMDC's *pl@tform* program, offered in partnership with New Media Business Alliance (NMBA), provides Canadian-owned and controlled, Ontario-based interactive digital media companies with funding to assist in the creation of new commercially-focused content projects

The *Al Waxman Calling Card Program* for Drama and Documentary provides emerging Ontario film/television producers and directors with funding to create a short film. The *Al Waxman Calling Card Program* provides filmmakers with the opportunity to hone their skills, demonstrate their abilities and prove their readiness to make commercial length, market supported projects. The completed films and the talent of the creative teams are promoted through a program sponsored industry screening and broadcast.

This year, five Dramatic *Al Waxman Calling Card* recipients were:

- **Elliot Smelliot** - Johnathan Orson, producer; Anita Doron, director
- **Keys to the Coffin** - Hoda Elatawi, producer; Keith Davidson, director
- **Lake** - Srdjan Vilotijevic, producer; Ryan Redford, director
- **My Uncle Navy and Other Inherited Disorders** - Deborah MacDonald, producer; Adam Swica, director
- **Safe** - Bryce Mitchel, producer; Kris Booth, director

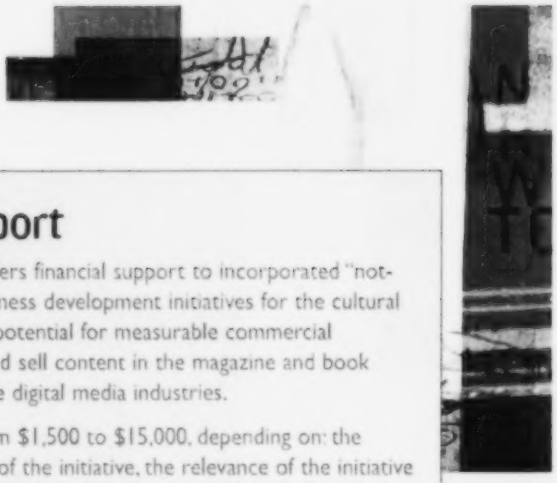
Three Documentary *Al Waxman Calling Card* shorts were:

- **Cheating Death** - Rosalie Bellefontaine, producer; Eric Geringas, director
- **Hook Line Sinker** - Donna Gall, producer; Andrew Fedosov, director
- **Nine Months, Six Blocks** - Leslie Thomas, producer; Christopher Romeike, director

The successes of OMDC's *Al Waxman Calling Card Program* is the attention and recognition that new filmmakers receive. *Pop Song* from the Calling Card filmmaking team of David "Huey" Hayman (producer) and Charles Officer (director) screened in the Perspective Canada Program at the 2003 Toronto International Film Festival.

"OMDC *Calling Card Program* was a wonderful experience, not only because of the great short film that we were able to produce, but also because the process solidified our wonderful creative and productive director/producer relationship," says Hayman. "Charles and I found that we work quite well together and there is no doubt we will be doing this again in the near future."

OMDC hosted a well attended industry screening of four new *Al Waxman Calling Card* dramatic shorts on November 26, 2003 at the Isabel Bader Theatre.



Spotlight on...

Sector Organization Support

The *Sector Organization Support* (SOS) program offers financial support to incorporated "not-for-profit industry organizations" undertaking business development initiatives for the cultural media industries. These initiatives must promote potential for measurable commercial transactions for Ontario companies that create and sell content in the magazine and book publishing, film and television, music and interactive digital media industries.

OMDC's financial contributions for *SOS* range from $1,500 to $15,000, depending on: the number of participants in the initiative, the length of the initiative, the relevance of the initiative to *SOS* objectives and the industry and the potential commercial impact of the initiative.

The following not-for-profit industry organizations received OMDC *SOS* support:

- **Academy of Canadian Cinema and Television**
- **Association of Canadian Publishers**
- **l'Association des professionnels de la chanson et de la musique**
- **Atlantic Film Festival – Strategic Partners**
- **Banff Television Foundation**
- **Book and Periodical Council**
- **Canadian Business Press**
- **Canadian Film Centre's h@bitat**
- **Canadian Film and Television Production Association (CFTPA)**
- **Canadian Independent Record Production Association (CIRPA)**
- **Canadian Magazine Publisher's Association (CMPA)**
- **Canadian Screen Training Centre's Summer Institute of Film and Television**
- **Canema – Canadian New Media Awards**
- **Centre for Aboriginal Media's Imaginative Media Arts Festival**
- **Cinéfest – The Sudbury Film Festival Inc.**
- **Documentary Organization of Canada (DOC) - formerly Canadian Independent Film Caucus**
- **Hot Docs**
- **Interactive Multimedia Arts and Technologies Association (IMAT)**
- **Moc Docs**
- **Music and Film in Motion**
- **National Screen Institute (NSI)**
- **New Media Business Alliance (NMBA)**
- **Ottawa International Animation Film Festival**
- **Smart Toronto**
- **Trinity Square Film and Video**
- **Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T)**

Ontario Media Development Corporation (OMDC) Board of Directors

OMDC's Board of Directors sets the Corporation's strategic directions. Members are appointed by Order-in-Council for a term not exceeding three years.

Marcelle Lean, Chair appointed February 7, 1998; reappointed February 7, 2003

Peter E. Steinmetz, Vice-chair reappointed February 7, 1998; reappointed February 7, 2001

Lawrence A. Brenzel appointed November 18, 1998; reappointed February 7, 2001

Azim Fancy appointed November 18, 1998; reappointed February 7, 2001

Tomas Fiore appointed June 17, 1998; reappointed February 7, 2001

Joseph Garwood appointed December 9, 1998; reappointed February 7, 2001

Valerie Hussey appointed February 27, 2002 to no later than February 6, 2005

Robin Peerenboom appointed June 17, 1998; reappointed February 7, 2001

Melinda Rogers appointed February 26, 2001 to no later than February 6, 2004

Stephen Stohn appointed February 7, 2001 to no later than February 6, 2004

John Simcoe appointed February 7, 2003 to no later than February 6, 2006

Sylvia Sweeney appointed February 17, 1999; reappointed February 7, 2002 to March 24, 2003*

Kevin Warn appointed May 17, 2000 to no later than February 6, 2003

Suzanne Weiss appointed November 18, 1998; reappointed February 7, 2001

Bruce Westwood appointed February 7, 2001 to no later than February 6, 2004

Andrew White appointed March 20, 2002 to no later than February 6, 2005

Al Zikovitz appointed February 15, 2001 to no later than February 6, 2004

** resignation date*

Total remuneration of the Board of Directors for the fiscal year ending March 31, 2004 was $ 25,216.83.

Management's Responsibility for Financial Statements

The accompanying financial statements have been prepared by management in accordance with Canadian generally accepted accounting principles, and in accordance with the accounting policies described in Note 2 to the financial statements. Where estimates or judgements have been required, management has determined such amounts on a reasonable basis in conformity with Canadian generally accepted accounting policies.

Management is responsible for all information in the financial statements and has certified that all information connected with the financial statements has been provided to the Provincial Auditor.

To assist management in the discharge of its responsibilities, Ontario Media Development Corporation maintains internal controls that are designed to provide reasonable assurance that its assets are safeguarded, to enable only valid and authorized transactions and to ensure that accurate, timely, and comprehensive financial information is prepared.

Ontario Media Development Corporation's Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfills its responsibilities. The Board has appointed an audit committee from among its own members. The audit committee meets periodically with senior management and the Provincial Auditor, to discuss audit, internal control, accounting policy and financial reporting matters. The financial statements are reviewed by the audit committee before approval by the Board of Directors.

The Provincial Auditor conducts an annual audit in accordance with subsection 14(1) of Ontario Regulation 672/00 under the *Development Corporations Act*. The auditor's report outlines the scope of the auditor's examination and opinion and appears on the following pages.

Michel Frappier
Chief Executive Officer

July 12, 2004

Kristine Murphy
Director of Business, Affairs and Research

July 12, 2004

Auditor's Report

To the Board of Directors of the Ontario Media Development Corporation and the Minister of Culture.

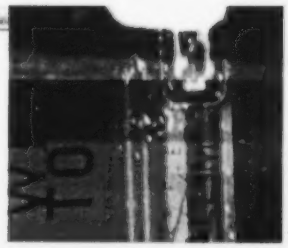
I have audited the statement of financial position of the Ontario Media Development Corporation as at March 31, 2004 and the statements of operations, changes in net assets and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2004 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Toronto, Ontario
July 12, 2004

Gary R. Peall, CA
Acting Assistant Provincial Auditor



Statement of Financial Position

	2004 ($ 000'S)	2003 ($ 000'S)
ASSETS		
Cash and cash equivalents	7,543	7,896
Accounts receivable	71	32
Prepaid expenses	30	32
Accrued interest	38	13
Current Assets	7,682	7,973
Capital Assets (Note 3)	1,059	588
	8,741	8,561
LIABILITIES		
Accounts payable - programs	469	726
Accounts payable - other	377	403
Due to the Province	433	108
	1,279	1,237
COMMITMENTS (NOTE 8)		
NET ASSETS		
Invested in capital assets	1,059	588
Unrestricted	6,403	6,736
	7,462	7,324
	8,741	8,561

The accompanying notes are an integral part of these statements.

On behalf of the Board:

Marcelle Lean
Chair

John Simcoe
Member, Audit Committee

Statement of Operations

For the Year ended March 31, 2004

	2004 ($ 000's)	2003 ($ 000's)
REVENUE		
Ministry of Culture	9,429	9,475
Tax credit administrative fees	532	537
Interest	250	218
Return of investment under assistance programs	38	25
SARS funding (Note 7)	240	–
Other	127	180
Legal settlement (Note 6)	–	1,000
	10,616	11,435
EXPENSES		
Operating expenses (Note 4, Schedule 1)	6,146	5,854
Industry Development Initiatives	2,431	1,055
Toronto International Film Festival Group grants	1,265	1,265
Ontario Book Initiative (Note 5)	223	1,264
Canadian Film Centre grants	200	200
Research Initiatives	109	100
SARS expenditures (Note 7)	104	–
	10,478	9,738
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENSES	138	1,697

The accompanying notes are an integral part of these statements.

Statement of Changes in Net Assets

For the Year Ended March 31, 2004

	2004 ($ 000'S)			2003 ($ 000'S)
	INVESTED IN CAPITAL ASSETS	UNRESTRICTED	TOTAL	TOTAL
Balance, beginning of year	588	6,736	7,324	5,627
Excess (deficiency) of revenue over expenses	(462)	600	138	1,697
Investment in capital assets	933	(933)	–	–
Balance, end of year	1,059	6,403	7,462	7,324

The accompanying notes are an integral part of these statements.

Statement of Cash Flows

For the Year Ended March 31, 2004

	2004 ($ 000'S)	2003 ($ 000'S)
CASH FLOWS FROM (USED IN) OPERATING ACTIVITIES		
Excess of revenue over expenses	138	1,697
Amortization of capital assets	462	381
	600	2,078
CHANGES IN NON-CASH WORKING CAPITAL		
Accounts receivable	(39)	43
Prepaid expenses	2	69
Accrued interest	(25)	(11)
Accounts payable and Due to the Province	42	326
	(20)	427
NET CASH GENERATED THROUGH OPERATING ACTIVITIES	580	2,505
CASH FLOWS FROM (USED IN) FINANCING AND INVESTING ACTIVITIES		
Net purchase of capital assets	(933)	(523)
NET INCREASE (DECREASE) IN CASH	(353)	1,982
Cash and cash equivalents at beginning of year	7,896	5,914
Cash and cash equivalents at end of year	7,543	7,896

The accompanying notes are an integral part of these statements.

Operating Expenses

For the Year ended March 31, 2004

Schedule 1

	2004 Actual ($ 000'S)	2003 Actual ($ 000'S)
Salaries, Wages and Benefits	3,489	3,231
Corporate Expenses and Operations	472	460
Consulting Services	338	443
Amortization of Capital Assets	462	381
Advertising, Promotion & Publications	358	200
Program Support	866	880
Travel	154	171
Legal (Note 6)	7	88
TOTAL OPERATING EXPENSES	6,146	5,854

The accompanying notes are an integral part of these statements.

Notes to Financial Statements

March 31, 2004

1. BACKGROUND

The Ontario Media Development Corporation (the 'Corporation') is an agency of the Ministry of Culture of the Government of Ontario, and as such is not required to pay income taxes. The Corporation, formerly known as the Ontario Film Development Corporation, was amended in December 2000 by a regulation made under the *Development Corporations Act*. The regulation revised the Corporation's name, its objects and its powers. The Corporation promotes the economic growth of Ontario's cultural media sector and focuses on strategic partnerships among all the industries - film, television, sound recording, book and magazine publishing and interactive digital media.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

(a) Basis of Accounting
These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

(b) Capital Assets
Capital assets are recorded at cost less accumulated amortization. Capital assets are amortized on a straight-line basis over the following terms beginning in the year of acquisition or year of use, if later:

Furniture and Office Equipment	10 years
Computer Hardware	3 years
Customized Computer Software	3 years
Website	3 years
Leasehold Improvements	5 years

(c) Revenue Recognition
Tax credit administrative fees are recognized when earned, which is normally upon receipt. The return of investment under assistance programs is recorded on a cash basis because a reasonable estimate of the amounts to be collected cannot be made.

(d) Contributed Services
Contributed services are received for certain events and are not recognized in the financial statements.

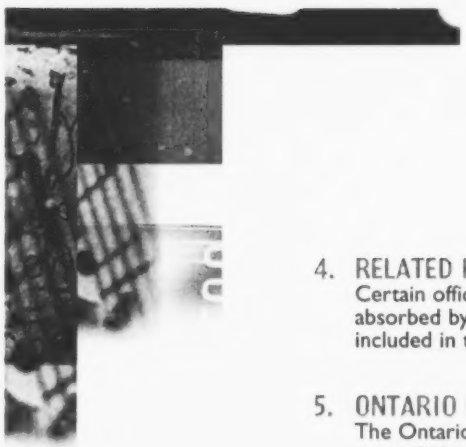
(e) Cash and Cash Equivalents
Cash and cash equivalents includes cash on hand, current bank accounts and short-term deposits with terms of maturity of less than 93 days.

(f) Use of Estimates
The preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires that management make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities as at the date of the financial statements and the reported amounts of revenue and expenses. Actual amounts could differ from these estimates.

3. CAPITAL ASSETS

Capital assets consist of the following:

			2004 ($ 000'S)	2003 ($ 000'S)
	COST	ACCUMULATED AMORTIZATION	NET BOOK VALUE	NET BOOK VALUE
Furniture and Office Equipment	286	60	226	60
Computer Hardware	285	232	53	126
Customized Computer Software	960	521	439	392
Website	36	4	32	1
Leasehold Improvements	386	77	309	9
	1,953	894	1,059	588



4. RELATED PARTY TRANSACTIONS

Certain office accommodation costs have been absorbed by the Ministry of Culture and are not included in the Statement of Operations.

5. ONTARIO BOOK INITIATIVE

The Ontario Book Initiative was a one-time strategic investment totalling $1,487,000 designed to assist the book publishing industry. The final 15% payment of $223,000 was made during the 2003/04 fiscal year.

6. LEGAL SETTLEMENT

The Corporation received $1,000,000 in 2003 representing the settlement of a legal action. Legal expenses reported for 2003 on Schedule 1 include $69,000 of costs related to this action.

7. SARS PROGRAM

The Ministry of Culture provided $200,000 in financial assistance to OMDC via the Cultural Tourism Marketing Fund in October 2003. These funds are to support marketing activities designed to offset industry declines due to the 2003 SARS outbreak. SARS expenditures in fiscal 2003/04 totalled $104,000. An additional $100,000 from this fund will be forthcoming in 2004/05 once contract obligations have been met. Additionally, the City of Toronto provided $40,000 in financial assistance to OMDC.

8. COMMITMENTS

(a) Program Commitments

The Corporation has approved grants in the amount of $454,000 (2003 - $413,000) which will be paid out of existing funds over the next year if and when certain requirements are satisfactorily met by recipients. This amount is not reflected in the Statement of Operations.

(b) Lease Commitments

The Corporation is committed under operating leases for premises and computers to future minimum payments totalling $259,000 for premises and $105,000 for computers. The lease for premises expires October 31, 2008, and the leases for computers expire at various times during the next three years.

(c) Commitments for Assets Under Development

The Corporation has entered into contracts for website and database development. Future commitments for these projects total $71,000.

9. OBLIGATION FOR EMPLOYEE FUTURE BENEFITS

The Corporation's employees are entitled to benefits that have been negotiated centrally for Ontario Public Service employees. The future liability for benefits earned by the Corporation's employees is included in the estimated liability for all provincial employees and is recognized in the Province's consolidated financial statements. These benefits are accounted for by the Corporation as follows:

(a) Pension Plans

The Corporation provides pension benefits to its classified full time employees through participation in the Public Service Pension Fund and the Ontario Public Service Employees' Union Pension Fund. These plans are accounted for as multi-employer defined contribution plans and the expense represents the Corporation's required contributions to the plans during the year. The Corporation's required contributions to the pension plans for the year ending March 31, 2004 were $170,000 (2003 - $115,000) and are included in Salaries, Wages and Benefits in Schedule 1.

(b) Non-Pension Post-Employment Benefits

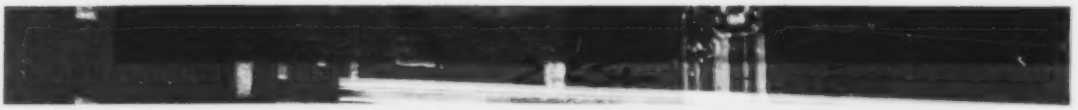
The cost of severance and unused vacation entitlements earned by eligible employees is recognized when paid to them upon termination of their employment. The cost of non-pension post-retirement benefits is the responsibility of the Ontario Management Board Secretariat and accordingly is not included in the financial statements.

10. COMPARATIVE FIGURES

Certain comparative figures have been restated to conform to the current year's financial statement presentation.

11. SUBSEQUENT EVENT

The Corporation's funding from the Ministry of Culture for fiscal 2004/05 will be reduced by $3.3 million from the fiscal 2003/04 funding level. It is management's intention to utilize the Corporation's Unrestricted Net Assets to compensate for the reduced Ministry allocation.



Supplemental Information
Unaudited

The following chart illustrates 85.3% of OMDC's expenditures for the year ended March 31, 2004 are program-related.

Expenditure Breakdown
For the year ended March 31, 2004

Expenditure Breakdown For the Year ended March 31, 2004	Corporate	Program Related	2004 Total $000's
Direct Support (from Statement of Operations):	–	4,332	4,332
From Schedule 1:			
Salaries, Wages and Benefits	883	2,606	3,489
Corporate Expenses and Operations	222	250	472
Consulting Services	124	214	338
Amortization of Capital Assets	212	250	462
Advertising, Promotion & Publications	81	277	358
Program Support	–	866	866
Travel	14	140	154
Legal	3	4	7
Total Expenditures	1,539	8,939	10,478
% of total	14.7%	85.3%	100.0%

Ontario

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

Rapport annuel de 2003-2004

NOTRE MANDAT

La Société a pour mandat de stimuler l'emploi et les investissements en Ontario en :

a contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à la croissance de l'industrie des médias culturels et à la croissance d'emplois, d'investissements et de possibilités de production dans la province;

b facilitant et appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels par la stimulation de la production créatrice, l'innovation des modes de présentation et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs de cette industrie;

c favorisant et facilitant la coopération entre les diverses entités de l'industrie des médias culturels et entre les secteurs public et privé pour tirer parti des synergies en matière de conception et de création de produits comportant un contenu canadien original;

d participant à la promotion et à la commercialisation de l'industrie des médias culturels de l'Ontario pour que la province soit considérée comme un chef de file mondial dans ce domaine;

e administrant les programmes de crédits d'impôt provinciaux et les autres programmes et initiatives aux termes des lois pertinentes ou selon les directives d'un ministre du gouvernement de l'Ontario; et

f agissant comme un catalyseur dans le domaine de l'information, de la recherche et du développement technique dans l'industrie des médias culturels à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

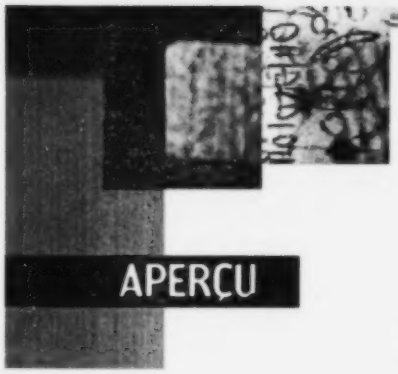
Ontario
Ontario Media Development Corporation
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

175, rue Bloor Est, Tour Sud, Bureau 501, Toronto (Ontario) M4W 3R8

Publié par le ministère de la Culture ©2005 Gouvernement de l'Ontario.
ISSN 0836-1363

Imprimé sur du papier recyclé à l'aide d'encre écologique à faible teneur en solvants.
Le présent rapport est entièrement recyclable. Imprimé au Canada.



APERÇU

La culture, c'est notre affaire

En Ontario, la culture rapporte beaucoup – et la Société de développement de l'industrie des médias (SODIMO) souhaite qu'elle rapporte encore davantage. Les industries des médias culturels contribuent environ 5,3 milliards de dollars à l'économie de l'Ontario, fournissent directement des emplois hautement spécialisés à plus de 40 000 personnes et indirectement à des milliers d'autres personnes dans des industries connexes comme l'imprimerie et le commerce de détail. La SODIMO appuie cette contribution en fournissant les investissements, les recherches et les outils voulus pour stimuler la créativité en Ontario même et favoriser la croissance continue d'un secteur en pleine expansion.

En 2003-2004, la SODIMO a atteint son objectif consistant à stimuler la croissance des emplois et des investissements en Ontario. De nouveaux programmes innovateurs comme *Produits d'avant-garde* et *Label d'or* et le nouveau *Prix Trillium/Trillium Book Awards* ont beaucoup aidé financièrement et professionnellement les industries de l'édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision, de l'enregistrement sonore et des médias numériques interactifs.

Principales réalisations :

- a délivré plus de 1 300 certificats pour des crédits d'impôt représentant un investissement de plus de 100 millions de dollars dans des entreprises ontariennes;
- a appuyé la création de trois nouvelles revues – *2 Magazine, Boating Industry Canada* et *The Peer Review* – dans le cadre du programme *Volume I*;
- a parrainé la participation des concepteurs de jeux de l'Ontario à des événements majeurs comme la Game Developers Conference, tenue à San José, et E3, qui a eu lieu à Los Angeles;
- a établi des partenariats avec la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), le consulat général du Canada à Los Angeles et Téléfilm Canada pour la *Mission cinématographique et télévisuelle* de la CIRPA à Los Angeles. Cet événement a permis à 15 sociétés d'enregistrement sonore canadiennes (neuf de l'Ontario) d'établir des contacts lucratifs au sein de l'industrie cinématographique et télévisuelle américaine, lesquels leur ont permis d'obtenir des permis de postsynchronisation représentant plus de 130 000 $, ce qui n'est d'ailleurs qu'un début.
- a offert aux producteurs un soutien au plan du repérage en couvrant les frais des voyages pour le repérage dans la province, ce qui fait de l'Ontario un choix encore plus évident. Le financement supplémentaire offert par le Partenariat ontarien de marketing touristique a permis d'attirer six nouvelles productions en Ontario, ce qui représente 70 millions de dollars en nouvelles activités de production étrangère.

La dernière année a été féconde en nouvelles idées et approches en vue de mettre en valeur sur la scène internationale les industries culturelles ontariennes et leurs produits et d'attirer de nouvelles activités dans la province. Les pages suivantes font ressortir notre rôle accru en matière de croissance des activités culturelles.

Pour l'avenir, la SODIMO a adopté pour objectif de continuer de consacrer des efforts et des ressources pour stimuler la croissance de l'emploi et des investissements en Ontario. Nous nouerons des partenariats avec les intervenants culturels, encouragerons la compétitivité parmi les industries, chercherons de nouveaux marchés pour les produits culturels ontariens et promouvrons l'Ontario comme le meilleur endroit où faire des affaires.

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

Message de la présidente à la ministre :
L'honorable Madeleine Meilleur
Ministre de la Culture

Madame la ministre,

Je suis heureuse de présenter le rapport annuel de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) pour l'exercice financier 2003-2004.

La SODIMO et son prédécesseur, la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne (SDICO), appuient les industries culturelles depuis près de 20 ans. Elles ont pendant cette période beaucoup fait connaître l'Ontario à l'échelle internationale. Cette année a été tout particulièrement riche en initiatives innovatrices et en réalisations. La SODIMO a continué à élargir les marchés pour les produits culturels ontariens, à donner aux entreprises les outils voulus pour mieux percer sur les marchés, à créer des occasions de compétitivité et d'innovation et à faciliter les relations d'affaires lucratives.

Compte tenu de la mondialisation croissante de la culture, la SODIMO aura un rôle encore plus important à jouer pour assurer le succès de nos industries. Cette année, le conseil d'administration de la Société a travaillé avec la haute direction à l'élaboration d'un plan stratégique quinquennal posant les jalons qui mèneront l'un des secteurs les plus prometteurs de l'Ontario vers l'innovation, les partenariats et une croissance qui ne connaîtra pas de limites.

Nous nous réjouissons de travailler à la réalisation de ce plan.

La présidente,

Marcelle Lean

Message du directeur général

Cette année a été exceptionnellement riche en actions et en réalisations. Encore une fois, le personnel a relevé le défi qui consiste à proposer de nouveaux programmes en vue de stimuler les industries culturelles de la province et à poursuivre le travail avec ces industries pour innover et créer de nouvelles occasions de croissance internationale.

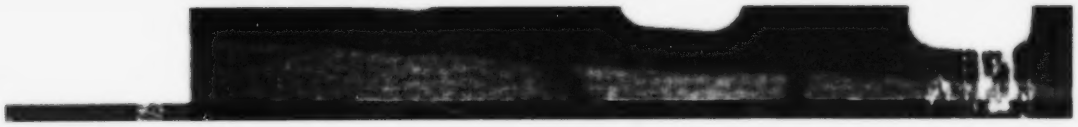
Un échantillon des commentaires enthousiastes que nous avons reçus pendant l'année de la part de nos clients constitue peut-être la meilleure mesure des réalisations de la SODIMO.

- Voici ce qu'avait à dire l'éditeur Doug Gibson de la maison McClelland & Stewart au sujet du projet *Warm Up With Winter Reading* : « Tous les intervenants sont gagnants … merci pour ce projet innovateur réussi ».
- Jeremy Nelson, éditeur du nouveau magazine *Peer Review*, a écrit ceci sur le programme *Volume I* visant à lancer de nouvelles revues : « *Peer Review* a pu consentir l'investissement de qualité voulu au plan écriture, conception et surtout publicité et marketing pour qu'une nouvelle revue puisse prospérer et prendre de l'ampleur ».
- Ian Kelso, président de la New Media Business Alliance, a déclaré ce qui suit : « Le soutien stratégique et financier accordé par l'entremise de *pl@tform* fournira le coup de pouce dont ont bien besoin les nouvelles entreprises ontariennes à contenu médiatique numérique interactif ».
- Enfin, Charles Zamaria, professeur à l'Université Ryerson (et directeur financier du Fonds indépendant de production, du Fonds Bell et du Fonds Cogeco) a fait observer ceci au sujet de la conférence *Six degrés d'intégration* de la SODIMO : « La SODIMO est connue dans le milieu comme un catalyseur avant-gardiste qui contribue de façon extrêmement utile à combler les lacunes et à viser un juste équilibre entre la promotion des affaires et celle de la culture. C'est ce que tous les organismes publics devraient faire. La SODIMO est vraiment très efficace! »

Grâce à la créativité et à la détermination collectives de la SODIMO, les industries des médias culturels de l'Ontario ont continué à croître et à élargir leur rayonnement sur le marché national comme sur le marché mondial. Dans les années qui viennent, nous continuerons de chercher des moyens de récompenser et de soutenir la créativité et l'ingéniosité de nos industries culturelles.

Le directeur général,

Michel Frappier



OCCASIONS D'EMPLOI, D'INVESTISSEMENT ET DE PRODUCTION

Mise en valeur à l'échelle internationale : La SODIMO a lancé de nouveaux programmes novateurs et amélioré les programmes existants pour veiller à ce que tout soit fait pour mettre en valeur les produits médiatiques ontariens sur le marché international.

La SODIMO, Téléfilm Canada, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, l'Association canadienne de production de film et télévision et neuf organismes de financement provinciaux ont parrainé une exposition au Pavillon international au Festival du cinéma de Cannes afin d'inciter les cinéastes internationaux à voir l'Ontario comme endroit de prédilection pour la réalisation de films. La SODIMO et le Groupe du Festival international du film de Toronto (TIFFG) ont aussi co-parrainé une réception à Cannes pour promouvoir l'Ontario comme centre de production de calibre mondial et pour mieux faire connaître le TIFFG auprès de la presse internationale.

Lors de la Conférence de l'American Library Association (ALA), tenue au Canada pour la première fois en 30 ans, la SODIMO a accordé des fonds aux maisons d'édition de l'Ontario aux fins suivantes :

- installation d'un kiosque pour permettre à huit éditeurs ontariens d'exposer;
- publication d'un annuaire des éditeurs ontariens fournissant aux bibliothécaires américains des renseignements précis pour les commandes et la distribution ainsi que le nom des personnes avec lesquelles communiquer à cet égard;
- tenue d'une réception de réseautage en soirée, organisée conjointement avec l'Association of Canadian Publishers et d'autres intervenants de l'industrie.

Grâce au partenariat de la SODIMO avec Téléfilm Canada au kiosque canadien de la National Association of Television Production Executives (NATPE) Market, à la Nouvelle-Orléans, 48 entreprises canadiennes (dont 17 entreprises installées en Ontario) ont reçu des fonds pour présenter leurs produits et pour acquérir une expérience inestimable.

La Mission de l'enregistrement sonore de la SODIMO en Grande-Bretagne a permis à six représentants de sociétés d'enregistrement sonore et imprésarios de participer à la *In the City Conference* tenue à Manchester et d'assister ensuite pendant trois jours à Londres à des séances de réseautage et de connaissance du marché où ils ont rencontré des représentants de sociétés d'enregistrement, des imprésarios, des éditeurs, des médias et des entreprises de vente au détail britanniques.

Soundtracks for the Big Picture, collection d'enregistrements des plus talentueux artistes ontariens, est une autre nouvelle innovation de la SODIMO datant de cette année. Dans le cadre d'un effort de promotion de masse, le CD a été envoyé à 750 superviseurs des enregistrements sonores et décisionnaires du monde de la musique dans tous principaux studios de film et de télévision américains. L'objectif visé était d'accroître le nombre d'œuvres musicales canadiennes utilisées aux termes d'une licence dans les productions cinématographiques et télévisuelles américaines.

Rencontres et perfectionnement professionnel : Des petits-déjeuners d'affaires tenus par le club de jumelage du Festival international du film de Toronto ont permis aux producteurs ontariens de rencontrer des homologues du monde entier. La SODIMO a aussi produit une bande annonce de 30 secondes montrant des extraits d'un nombre incroyable de productions de prestige très bien accueillies, qui ont été réalisées en Ontario. Cette bande annonce a été montrée lors de 300 projections réservées à l'industrie au cours du Festival.

Le Bureau des ventes de la SODIMO au TIFF a fait la promotion des films ontariens sur la scène mondiale, 16 films ontariens étant en lice lors du festival. Les bulletins de la SODIMO, des renseignements sur les crédits d'impôt ainsi que le Guide ontarien de production sur disque compact ont été distribués aux délégués de l'industrie.

SAVIEZ-VOUS QUE...?

- La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) est un organisme relevant du ministère de la Culture
- Jusqu'à 2000, la SODIMO s'appelait la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne (SDICO)

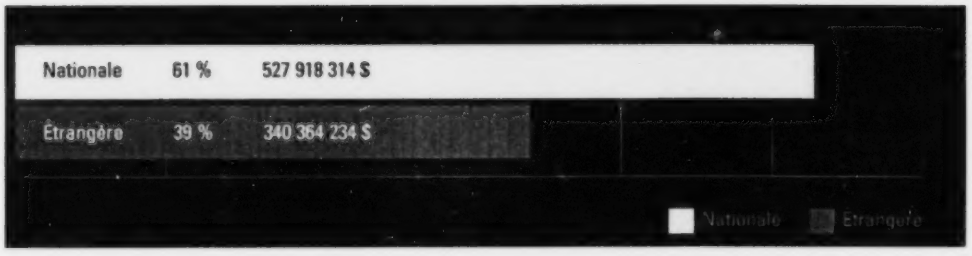
Vingt-six associations à but non lucratif constituées en sociétés ont reçu du soutien dans le cadre du programme *Soutien organisationnel sectoriel* de la SODIMO. Ce programme cherche à favoriser les occasions de perfectionnement professionnel et les activités de réseautage visant les entrepreneurs culturels.

La SODIMO a appuyé la Canadian Magazine Publishers Association à *Word on the Street*, à Toronto, en parrainant un kiosque appelé Magazine Event Tent où ont eu lieu quatre séances de lecture et un atelier d'écriture et de discussion. Une trousse de marketing directe contenant quatre offres d'abonnement y a été distribuée.

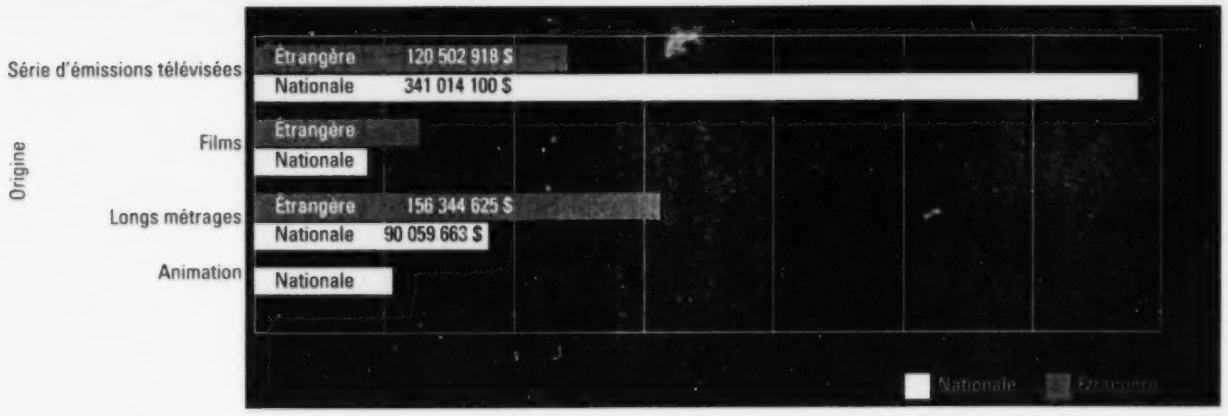
La SODIMO a parrainé et présenté à la conférence annuelle du film et du cinéma de Banff une série de « cyberdéjeuners » au cours desquels ont été abordées les questions du jour dans l'industrie des nouveaux médias.

En collaboration avec le Banff Executive Leadership Inc., la SODIMO a lancé le *Executive Forum: Leading the Business of Culture*, à Toronto, en mai. Quatorze dirigeants des médias culturels se sont réunis pendant cinq jours pour échanger des renseignements précieux sur les défis que posent la gestion et la promotion de leurs entreprises. S'adressant aux entreprises à propriété canadienne installées en Ontario du domaine de l'édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision, de l'enregistrement sonore et des médias numériques interactifs, le programme a offert une occasion unique de comparer les modèles de promotion des affaires. « J'ai beaucoup appris des facilitateurs et des conférenciers invités et tout autant de mes pairs », a déclaré Mary Hughes, éditrice de revues chez Harworth Publishing.

ACTIVITÉS DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE EN ONTARIO - 2003-2004



VENTILATION DE L'ACTIVITÉ DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE EN ONTARIO PAR FORMAT - 2003-2004



INNOVATION, INVENTION ET EXCELLENCE DANS LES MÉDIAS CULTURELS DE L'ONTARIO

Le *16e Prix Trillium/Trillium Book Awards* d'une valeur de 20 000 $ a été attribué, du côté francophone, à Michel Ouellette, pour *Le testament du couturier* et, du côté anglophone, à Nino Ricci, pour *Testament* et à Austin Clarke, pour *The Polished Hoe*. Le premier *Prix de poésie Trillium* a éte décerné à Eric Charlebois, pour *Faux-fuyants*.

Le nouveau programme *Produits d'avant-garde* de la SODIMO a offert du soutien stratégique et financier à 12 projets intersectoriels innovateurs. Le programme accorde des subventions en espèces allant jusqu'à 70 000 $ par équipe de projet ainsi que du soutien stratégique et des conseils dispensés par des spécialistes de l'industrie. Les projets parrainés comprennent un jeu film/console interactif, un outil de promotion communautaire en ligne pour l'industrie de l'enregistrement sonore et un outil de sondage sans fil, intégré à un documentaire sur les affaires courantes.

Dans le cadre du Programme des bourses de l'industrie, trois bourses ont été accordées à des entrepreneurs de diverses industries culturelles – deux producteurs ont participé à la Sundance Independent Producers' Conference et une personne au Banff New Media Institute's interactive Screen Program.

Trente équipes de producteurs/réalisateurs ont présenté des projets de réalisation de courts métrages dans le cadre du programme *Carte de visite Al Waxman* pour dramatiques. La SODIMO a projeté quatre nouvelles dramatiques *Carte de visite Al Waxman* en collaboration avec plusieurs commanditaires de l'industrie. Les documentaires produits dans le cadre du programme *Carte de visite Al Waxman* ont été en lice pour trois Prix Gemini, succès dont peuvent s'enorgueillir le programme et les cinéastes visés.

Se préoccupant de l'avenir de l'industrie, la SODIMO a lancé, au nextMEDIA International New Media Festival, le programme *pl@tform* destiné à l'industrie des médias numériques interactifs. Le programme fournira des fonds de démarrage aux entreprises souhaitant créer des produits numériques interactifs commercialement viables.

COOPÉRATION ENTRE LES ORGANISMES PUBLICS ET PRIVÉS

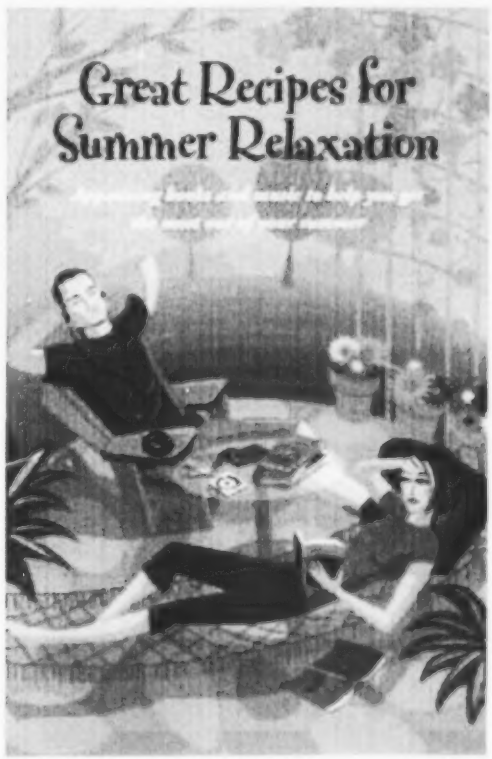
SAVIEZ-VOUS QUE...?

- **Les crédits d'impôt de l'Ontario destinés à l'industrie de l'enregistrement sonore remboursent aux producteurs 20 pour cent de leurs frais de production et de marketing à l'égard des enregistrements admissibles**
- **La SODIMO fait la promotion des entreprises ontariennes d'enregistrement sonore dans les foires internationales comme le MIDEM et Popkomm, ce qui permet à ces entreprises d'accroître considérablement leurs ventes chaque année**
- **Les partenariats de la SODIMO permettent la tenue d'un grand nombre de nouvelles réunions d'affaires entre les délégués internationaux et les délégués ontariens lors d'événements comme la Semaine de la musique canadienne (SMC) et North by Northeast (NXNE)**

En collaboration avec l'Organization of Book Publishers of Ontario (OBPO) et la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), la SODIMO a parrainé deux campagnes de marketing direct uniques dont *Great Recipes for Summer Relaxation*, brochure en couleur de 24 pages faisant la promotion de livres et d'enregistrements sonores produits en Ontario, insérée dans le numéro de juin 2003 de la revue de la Régie des alcools de l'Ontario *À bon verre, bonne table*. *Warm Up With Winter Reading*, autre brochure en couleur de 24 pages faisant la promotion de livres d'auteurs ontariens, organisée en collaboration avec l'OBPO et la Canadian Booksellers, a aussi connu beaucoup de succès. Cette brochure a été diffusée par l'entremise de trois revues canadiennes (*Toronto Life*, *Canadian House & Home* et *Today's Parent*), de 47 librairies ontariennes et de 93 bibliothèques appartenant au réseau de bibliothèques publiques de Toronto.

En partenariat avec FilmOntario et la Ville de Toronto, la SODIMO a ouvert le *Toronto Ontario Film Office*, à Los Angeles. Le bureau fera connaître les nombreux avantages que présente l'Ontario pour la réalisation de films, et notamment la diversité de ses extérieurs, ses programmes de crédits d'impôt et ses services de soutien à l'industrie.

L'Ontario a établi un partenariat avec la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) dans le but de parrainer la participation d'un groupe de sociétés d'enregistrement sonore canadiennes, y compris huit sociétés ontariennes, à une foire commerciale de deux jours sur la musique pour les productions cinématographiques et télévisuelles, organisée à Los Angeles, en novembre. L'objectif visé était de faire connaître aux studios, aux producteurs et aux superviseurs des enregistrements sonores nos sociétés d'enregistrement, nos artistes ainsi que les catalogues d'œuvres pouvant être utilisées aux termes d'une licence.



ADMINISTRATION DES PROGRAMMES DE CRÉDITS D'IMPÔT PROVINCIAUX

Les programmes de crédits d'impôt stimulent considérablement la production cinématographique et télévisuelle en Ontario. Les crédits d'impôt rendent les entreprises ontariennes plus concurrentielles à l'échelle internationale, favorisent la création de nouveaux produits culturels, créent des emplois et attirent des investissements dans des projets en Ontario. La SODIMO co-gère six crédits d'impôt avec le ministère des Finances de l'Ontario :

- le Crédit d'impôt de l'Ontario pour la production cinématographique et télévisuelle visant à promouvoir les films et les émissions de télévision à contenu canadien;
- le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production visant à attirer les productions cinématographiques étrangères en Ontario;
- le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques visant à renforcer les entreprises ontariennes qui produisent des dessins animés et des effets spéciaux informatiques destinés à l'industrie cinématographique et télévisuelle;
- le Crédit d'impôt pour les maisons d'édition visant à soutenir la publication des trois premiers livres d'auteurs canadiens par un éditeur ontarien;
- le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques visant à encourager le développement par des entreprises ontariennes de productions à contenu interactif original;
- le Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore visant à favoriser la création d'entreprises ontariennes d'enregistrement sonore.

Pour favoriser la croissance des sociétés ontariennes, la SODIMO a déployé des efforts considérables pour améliorer l'administration des crédits d'impôt, cette année. Des améliorations apportées au service à la clientèle ont permis de simplifier le processus de demande et de réduire le délai de versement des crédits. La SODIMO a collaboré étroitement avec le ministère des Finances pour qu'il soit possible de partager l'information pertinente et d'optimiser l'efficacité de l'examen des demandes. La SODIMO a aussi consulté l'Agence du revenu du Canada (ARC) et le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) pour partager les meilleures pratiques et pour simplifier l'examen des demandes visant les productions cinématographiques et télévisuelles.

En 2003-2004, le délai de traitement moyen des demandes pour tous les crédits a été de 19,2 semaines, une nette amélioration par rapport aux années précédentes.

La SODIMO a accru la promotion du Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques et du Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore. En 2003-2004, des demandes ont été présentées à l'égard de plus de 150 enregistrements sonores. Le nombre de demandes présentées pour le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs a augmenté de 24 pour cent par rapport à l'année précédente.

SAVIEZ-VOUS QUE...?

- La SODIMO est avant-gardiste dans l'élaboration des mesures de soutien sur le marché international des produits cinématographiques et télévisuels ontariens
- Le Bureau de marketing de Los Angeles – partenariat avec FilmOntario et la Ville de Toronto – fait activement la promotion des avantages que présente l'Ontario pour Hollywood et cherche à attirer de nouvelles productions en Ontario
- Les crédits d'impôt pour la production cinématographique accordés en Ontario – crédits cogérés par la SODIMO – génèrent des fonds annuels de près de 100 millions de dollars pour les entreprises ontariennes

DEMANDES DE CRÉDIT D'IMPÔT REÇUES ET CERTIFICATS ÉTABLIS EN 2003-2004

	NOMBRE DE DEMANDES	NOMBRE DE CERTIFICATS ÉTABLIS	VALEUR ESTIMATIVE NOMBRE DE PROJETS	VALEUR ESTIMATIVE DU CRÉDIT D'IMPÔT
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition	192	247	244	1 763 423 $
Crédit d'impôt de de l'Ontario pour l'enregistrement sonore	159	530	201	2 102 870 $
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne	345	360	357	69 575 501 $
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production	107	116	116	28 958 754 $
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques	49	38	153	4 526 781 $
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques	36	24	206	1 554 474 $
Total général de tous les crédits d'impôt	888	1 315	1 277	108 481 803 $

Notes: 1) La valeur estimée des crédits d'impôt est fonction du nombre de certificats établis et non pas du nombre de demandes reçues au cours de cette période.
2) Les demandes au titre du CIOESAI et du CIOPMIN concernent l'année fiscale d'activité du demandeur et peuvent inclure des productions multiples.
3) Les certificats multiples du CIOES sont établis pour chaque projet et peuvent inclure jusqu'à 3 certificats pour chaque album certifié.

INFORMATION, RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE

Pour que l'Ontario demeure compétitif sur la scène internationale aujourd'hui comme demain, la SODIMO doit toujours être au fait des moindres innovations et nouvelles visant l'industrie.

Des études et des renseignements à jour aident la SODIMO et les industries qu'elle dessert à développer des programmes et des produits et à assurer sa compétitivité future. De nombreuses études importantes ont été menées à ces fins.

- La SODIMO s'est jointe à Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T) pour réaliser *Employment in Canadian Screen Based Media: A Statistical Profile* qui donne un aperçu des travaux effectués dans les industries cinématographique et télévisuelle et examine l'industrie croissante des nouveaux médias. L'étude diffuse des renseignements statistiques sur la population active travaillant dans les médias cinématographiques et télévisuels au Canada, les tendances relatives à cette population active et son degré de préparation en vue de la mondialisation de plus en plus poussée de l'industrie.
- La SODIMO et la Canadian Magazine Publishers Association ont mené une étude intitulée *Pan Industry Research Gap and Needs Study* visant à évaluer les statistiques et les conclusions de recherche se rapportant à l'édition de revues au Canada et à cerner les lacunes ainsi que les besoins dans ce domaine.
- La SODIMO a continué à mesurer la compétitivité de l'Ontario par rapport à d'autres endroits choisis pour les productions. Une comparaison des budgets a été effectuée et la SODIMO recueille des données sur l'infrastructure, les studios et le matériel qui sont disponibles dans les compétences qui font concurrence à l'Ontario pour attirer des productions cinématographiques et télévisuelles.
- La SODIMO et l'Organization of Book Publishers of Ontario ont effectué une analyse approfondie de l'impact économique des maisons d'édition à propriété canadienne en Ontario.

Le lancement d'une base de données innovatrice, *Extérieurs Ontario*, a créé un précédent dans l'industrie et a porté à l'attention des producteurs internationaux ses plus de 4 000 enregistrements numériques complets représentant 90 000 images numériques que consultent chaque jour plus de 750 spécialistes de l'industrie.

Produits d'avant-garde

Produits d'avant-garde est une nouvelle initiative visant à stimuler le développement des produits culturels de demain. Le programme fournit à six équipes de projet des subventions en espèces pouvant atteindre 70 000 $. L'innovation et le potentiel commercial constituent les principaux critères pris en compte dans le cadre de ce programme.

Produits d'avant-garde établit des liens entre professionnels provenant de divers médias culturels et facilite la participation à un réseau de chercheurs du domaine technologique affiliés à des partenaires du programme comme Communications et technologie de l'information Ontario (CTIO), et à des cadres de CHUM Television et Goodmans LLP.

En 2003-2004, le programme a offert un appui stratégique et financier à 12 prototypes de projets :

- **Blobheads :** un jeu vidéo interactif s'inspirant des livres et de la série télévisuelle *Blobheads*
- **Bookshorts :** un court film dramatique fondé sur le roman de Susan Swan intitulé *What Casanova Told Me*, accompagné d'un jeu interactif qui sera lancé en même temps que le livre
- **NowLive :** un outil de rayonnement et de promotion communautaires en ligne pour l'industrie de l'enregistrement sonore mettant en vedette des artistes comme Linda McLean et Lynn Harrison
- **Inside Music DVD+ : The Show**, un groupe de R et B prometteur, est présenté sur une nouvelle technologie du disque qui allie contenu musical d'un côté et contenu visuel de l'autre
- **Juno Beach :** un modèle de production pour l'édition de revues imprimées et de revues interactives
- **Somnambulism :** un jeu film/console interactif pour le Xbox qui pousse le jeu narratif à l'extrême
- **The Intrepid Project :** des modules de contenu non linéaires composés de plusieurs centaines de pièces individuelles (audio, texte, vidéo, jeux, etc.) pour créer des scénarios de jeux de rôles qui permettent aux utilisateurs de participer à une activité d'apprentissage axée sur la collaboration
- **Real-time Interactive Television Avatars (RITA) Screener :** un jeu télévisé interactif en direct dont les participants sont mis au défi de répondre à des questions visant à vérifier leurs connaissances, dans un studio virtuel et à la maison
- **VoxPoll :** un outil de sondage sans fil qui utilise la capacité de messagerie texte des téléphones mobiles pour obtenir la rétroaction en temps réel d'un auditoire
- **Odd Job Jack Described :** une technologie de description d'une vidéo dans un épisode d'*Odd Job Jack* – une série de dessins animés télévisés et diffusés sur Internet qui porte sur les déboires d'un homme qui occupe un emploi temporaire et qui cherche à vivre une vie à temps plein
- **Geographica :** une synthèse de nouvelles technologies canadiennes et de contenu nouveau et existant en vue de créer un moyen accessible par Internet d'explorer et de découvrir le Canada de façon presque illimitée
- **Burnt Toast Emotion :** produit offrant le sous-titrage amélioré de deux extraits de *Burnt Toast*, film réalisé pour la télévision comportant huit mini-vignettes portant sur l'opéra. Le DVD offrant le sous-titrage des émotions améliorera considérablement l'accès à l'opéra pour les auditoires composés de personnes sourdes et malentendantes

« Il s'agit d'un excellent programme », a déclaré Diane Williamson, présidente, Digital Wizards (Ontario) Inc. « Dans notre projet intersectoriel, nous avons travaillé avec des éditeurs pour produire Juno Beach, portant sur la participation du Canada à la Seconde Guerre mondiale, sous forme de livre et de CD qui sont complétés par un site Web. ... Tous les partenaires du projet ont consenti des investissements financiers, mais sans le programme et la subvention qui nous a été accordée, nous n'aurions pas pu trouver le reste des fonds nécessaires. »

SAVIEZ-VOUS QUE...?

- **La SODIMO appuie les maisons d'édition qui participent à des festivals d'édition en Ontario ainsi qu'à l'étranger dans le but de les aider à se faire connaître et à mettre en marché leurs produits**
- **La SODIMO co-gère un crédit d'impôt de l'Ontario qui rembourse aux maisons d'édition canadiennes leurs frais de production et de marketing jusqu'à concurrence de 30 000 $ par titre**
- **La SODIMO collabore avec l'industrie de l'édition de revues pour appuyer des stratégies de marketing innovatrices en vue d'accroître le nombre de lecteurs de revues ontariennes**

Pleins feux sur...

Volume 1

Volume 1 a été mis au point pour stimuler la création de nouvelles revues en Ontario et pour aider les éditeurs à en assurer la production et la diffusion. Le programme qui comporte un jury de sélection fournit à chaque éditeur un financement en vue de créer et d'éditer une nouvelle revue. Les éditeurs sont aussi jumelés à des conseillers expérimentés dans le but d'assurer la viabilité à long terme de leur revue. Le lancement de ces revues a été couronné de succès. Le développement des revues est conforme aux propositions formulées dans leur plan d'entreprise.

Les éditeurs reçoivent des biens et des services de la part des partenaires du programme Cornerstone Publishing Services, Clarity/Liquid et MediaXchange.

Les trois premiers récipiendaires du programme sont :

- ***Boating Industry Canada***, publication spécialisée répondant aux besoins en renseignements commerciaux de l'industrie maritime au Canada
- ***The Peer Review***, revue s'adressant aux étudiants canadiens de deuxième cycle et aux personnes s'intéressant à l'apprentissage continu
- ***2 Magazine***, revue s'adressant aux couples constitués de personnes âgées de 25 à 34 ans qui offre des conseils ainsi que des articles qui intéressent les personnes de ce groupe d'âge

« Grâce à *Volume 1*, *The Peer Review* a pu consentir les investissements de qualité voulus au plan écriture, conception et, surtout, publicité et marketing pour qu'une nouvelle revue puisse prospérer et prendre de l'ampleur. » Jeremy Nelson, éditeur.

Pleins feux sur... la promotion des extérieurs

Amélioration du service en vue de favoriser la production dans la province

Le *Toronto Ontario Film Office* à Los Angeles, en Californie, est un partenariat public-privé conclu entre la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, FilmOntario (l'Ontario Film and Television Consortium) et le Film and Television Office de la Ville de Toronto.

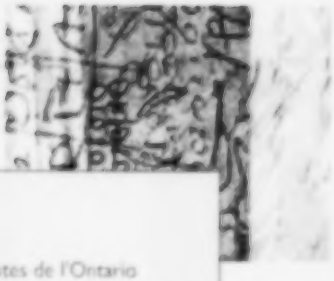
Le nouveau partenariat, établi en juin 2003, a permis aux partenaires de mettre en commun leurs ressources et de fournir une tribune efficace à partir de laquelle promouvoir les nombreux avantages que présente la réalisation de films en Ontario.

Le bureau promeut les avantages de la réalisation de films en Ontario, à savoir la diversité des extérieurs, l'infrastructure complète et les économies pouvant être réalisées. Le bureau aide aussi les producteurs installés en Ontario à établir des relations et à obtenir des rendez-vous avec les décisionnaires créateurs du domaine du développement et des acquisitions à Los Angeles.

Extérieurs Ontario – Nouvelle base de données en ligne de la SODIMO :

Extérieurs Ontario, lancé en 2004, a établi un précédent dans l'industrie et a suscité l'attention internationale en raison de son caractère innovateur. La base de données comporte plus de 4 000 extérieurs numériques incluant plus de 90 000 images numériques individuelles. Plus de 750 spécialistes locaux de l'industrie la consultent tous les jours.

Ce répertoire d'extérieurs interactif pleinement accessible a révolutionné la façon dont les producteurs de films et d'émissions de télévision font le repérage des lieux de tournage. Accessible 24 heures par jour, sept jours par semaine, cette ressource utilise les dernières techniques d'imagerie numérique et de diffusion en ligne de photographies.



Pleins feux sur...

Label d'or

Grâce à ce nouveau programme, les sociétés d'enregistrement sonore indépendantes de l'Ontario ont maintenant les moyens de mettre en œuvre les stratégies de marketing et de promotion auxquelles elles n'avaient jusqu'ici que rêvé. Le programme *Label d'or* offre un financement à des sociétés d'enregistrement sonore à propriété et à contrôle canadiens installées en Ontario, qui appuient les artistes canadiens nouveaux et émergents.

« L'objectif plus large de ce programme est de contribuer au renforcement des sociétés d'enregistrement sonore pour qu'elles puissent appuyer les nouveaux talents canadiens, tant au pays qu'à l'étranger », affirme Marcelle Lean, présidente de la SODIMO. « Il s'agit aussi de favoriser la formation des employés dont ces sociétés auront besoin pour prendre de l'ampleur. »

Les entreprises présentent des idées de marketing qui ne figurent pas déjà dans leur plan d'entreprise. Des jurys composés de membres de l'industrie évaluent la viabilité de ces idées.

L'un des grands avantages de *Label d'or*, c'est qu'il donne accès à des conseillers de l'industrie, ce qui peut aider les sociétés d'enregistrement à élaborer et à exécuter leurs stratégies notamment en ce qui touche le marketing A et R, les ventes, la promotion, la publicité, le développement de l'entreprise et le marketing international, la diffusion et la vente au détail.

Au cours de la première année d'existence du programme, quatre sociétés ont obtenu 40 000 $ chacune. Les récipiendaires de ces fonds ont été Arts & Crafts, Curve Music, Linus Entertainment et Sonic Unyon.

Earl Rosen, propriétaire et fondateur de Marquis Classics, société d'enregistrement sonore indépendante de Toronto, affirme ceci : « La SODIMO a répondu au besoin de l'industrie de l'enregistrement sonore en aidant de nouvelles sociétés à tirer parti des possibilités qui s'offrent à elles. La définition souple du programme, laquelle permet aux requérants de concevoir un plan spécifiquement adapté à leurs besoins, est un élément apprécié. »

Pleins feux sur...

Programme d'accès aux marchés

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario promeut la participation des entrepreneurs culturels aux foires et aux événements internationaux par l'entremise du *Programme d'accès aux marchés*. Les entreprises de l'industrie des médias culturels élargissent ainsi leur liste de contacts parmi l'industrie, mettent en œuvre leurs stratégies de développement de l'entreprise et font progresser la réalisation de leurs projets.

La SODIMO choisit à l'avance des sites pour le *Programme d'accès aux marchés* en consultant l'industrie pour connaître les principaux événements et foires. Chaque site s'adresse à un secteur de l'industrie et à certains participants et est exploité comme une initiative individuelle sous la bannière du *Programme d'accès aux marchés*.

Les participants au *Programme d'accès aux marchés* se voient offrir du soutien financier qui couvre leurs dépenses de déplacement, de logement et d'inscription, et du soutien stratégique pour les aider à se préparer à participer à la foire ou à l'événement. Le soutien est fonction des besoins des participants et de la foire ou de l'événement en question. Pour tous les sites du *Programme d'accès aux marchés*, les candidats retenus doivent payer une part des frais découlant de leur participation au programme.

Pleins feux sur...

Programme de Carte de visite Al Waxman

Le *Programme Carte de visite Al Waxman* pour les dramatiques et les documentaires offre aux nouveaux producteurs et réalisateurs de films et d'émissions de télévision de l'Ontario un financement pour qu'ils créent un court métrage. Le *Programme Carte de visite Al Waxman* donne aux cinéastes la possibilité de perfectionner leurs compétences, de démontrer leurs aptitudes et de prouver qu'ils sont prêts à faire des films de longueur commerciale susceptibles d'être rentables. On promeut les films réalisés et le talent des équipes créatives par une projection et une diffusion pour l'industrie, parrainées par le programme.

Cette année, cinq dramatiques ont été choisies dans le cadre du *Programme de Carte de visite Al Waxman* pour les dramatiques :

- **Elliot Smelliot** - Johnathan Orson, producteur; Anita Doron, réalisatrice
- **Keys to the Coffin** - Hoda Elatawi, producteur; Keith Davidson, réalisateur
- **Lake** - Srdjan Vilotijevic, producteur; Ryan Redford, réalisateur
- **My Uncle Navy and Other Inherited Disorders** - Deborah MacDonald, productrice; Adam Swica, réalisateur
- **Safe** - Bryce Mitchel, producteur; Kris Booth, réalisateur

Trois courts métrages ont été produits dans le cadre du *Programme Carte de visite Al Waxman* pour les courts métrages :

- **Cheating Death** - Rosalie Bellefontaine, productrice; Eric Geringas, réalisateur
- **Hook Line Sinker** - Donna Gall, productrice; Andrew Fedosov, réalisateur
- **Nine Months, Six Blocks** - Leslie Thomas, productrice; Christopher Romeike, réalisateur

L'attention et la reconnaissance que reçoivent les nouveaux cinéastes sont l'un des éléments auxquels on peut attribuer le succès du *Programme Carte de visite Al Waxman* de la SODIMO. *Pop Song*, œuvre réalisée par l'équipe de cinéastes subventionnés par Carte de visite David « Huey » Hayman (producteur) et Charles Officer (réalisateur), a été présentée au Festival international du film de Toronto 2003 dans la série Perspectives Canada.

« Le *Programme Carte de visite* de la SODIMO a été une expérience merveilleuse, non seulement parce que nous avons pu réaliser un court métrage fantastique, mais aussi parce que le processus a consolidé notre incroyable relation créatrice et productive entre réalisateur et producteur », affirme M. Hayman. « Charles et moi avons découvert que nous travaillons très bien ensemble et il ne fait aucun doute que nous répéterons l'expérience dans un avenir proche. »

SAVIEZ-VOUS QUE...?

- La SODIMO co-gère un crédit d'impôt qui rembourse 20 pour cent des frais de développement et de marketing pour les produits à contenu médiatique numérique original
- La SODIMO appuie la participation de concepteurs de jeux ontariens à d'importantes conférences, comme la *Game Developers Conference* et *E3*, pour favoriser les occasions de vente et de marketing de ces concepteurs
- Le programme *pl@tform* mis en œuvre par la SODIMO en partenariat avec la New Media Business Alliance (NMBA) offre aux entreprises appartenant à l'industrie des médias numériques interactifs à propriété et sous contrôle canadiens, qui sont installées en Ontario, des fonds pour les aider à créer de nouveaux projets à contenu commercial

La SODIMO a organisé une projection de quatre nouveaux courts métrages du programme *Carte de visite Al Waxman* le 26 novembre 2003, au théâtre Isabel Bader, à laquelle de nombreux représentants de l'industrie ont assisté.

Pleins feux sur...

Soutien organisationnel sectoriel

Le programme *Soutien organisationnel sectoriel* (SOS) offre une aide financière aux « organismes sectoriels sans but lucratif » constitués en sociétés qui mettent en œuvre des initiatives favorisant le développement des industries des médias culturels. Ces initiatives doivent promouvoir les transactions commerciales rentables pour les entreprises qui créent et vendent des produits destinés aux industries de l'édition de revues et de livres, du film et de la télévision, de l'enregistrement sonore et des médias numériques interactifs.

Les contributions financières de la SODIMO dans le cadre du programme SOS vont de 1 500 $ à 15 000 $ selon : le nombre de participants à l'initiative, la durée de l'initiative, la mesure dans laquelle l'initiative cadre avec les objectifs du programme SOS et de l'industrie et l'impact commercial potentiel de l'initiative.

Les organismes à but non lucratif de l'industrie suivants ont obtenu une aide du programme SOS de la SODIMO :

- **Académie canadienne du cinéma et de la télévision**
- **Association of Canadian Publishers**
- **Association des professionnels de la chanson et de la musique**
- **Atlantic Film Festival – Strategic Partners**
- **Banff Television Foundation**
- **Book and Periodical Council**
- **Presse spécialisée du Canada**
- **Centre canadien du film - h@bitat**
- **Association canadienne de production de film et de télévision (CFTPA)**
- **Canadian Independent Record Production Association (CIRPA)**
- **Canadian Magazine Publisher's Association (CMPA)**
- **Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens – Rencontres estivales ciné-vidéo**
- **Canema – Canadian New Media Awards**
- **Centre for Aboriginal Media's Imaginative Media Arts Festival**
- **Cinéfest – The Sudbury Film Festival Inc.**
- **Organisation canadienne des documentaristes (ancien Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants)**
- **Hot Docs**
- **Interactive Multimedia Arts and Technologies Association (IMAT)**
- **Moc Docs**
- **Music and Film in Motion**
- **Institut national des arts de l'écran (NSI)**
- **New Media Business Alliance (NMBA)**
- **Festival International du cinéma et de la télévision d'animation d'Ottawa**
- **Smart Toronto**
- **Trinity Square Film and Video**
- **Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T)**

Composition du conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO)

Le conseil d'administration établit les orientations stratégiques de la Société. Ses membres sont nommés par décret pour un mandat d'une durée maximale de trois ans.

Marcelle Lean, présidente, nomination le 7 février 1998; reconduction du mandat le 7 février 2003

Peter E. Steinmetz, vice-président, reconduction du mandat le 7 février 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Lawrence A. Brenzel, nomination le 18 novembre 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Azim Fancy, nomination le 18 novembre 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Tomas Fiore, nomination le 17 juin 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Joseph Garwood, nomination le 9 décembre 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Valerie Hussey, nomination le 27 février 2002 jusqu'au 6 février 2005, au plus tard

Robin Peerenboom, nomination le 17 juin 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Melinda Rogers, nomination le 26 février 2001 jusqu'au 6 février 2004, au plus tard

Stephen Stohn, nomination le 7 février 2001 jusqu'au 6 février 2004, au plus tard

John Simcoe, nomination le 7 février 2003 jusqu'au 6 février 2006, au plus tard

Sylvia Sweeney, nomination le 17 février 1999; reconduction du mandat le 7 février 2002 jusqu'au 24 mars 2003*

Kevin Warn, nomination le 17 mai 2000 jusqu'au 6 février 2003, au plus tard

Suzanne Weiss, nomination le 18 novembre 1998; reconduction du mandat le 7 février 2001

Bruce Westwood, nomination le 7 février 2001 jusqu'au 6 février 2004, au plus tard

Andrew White, nomination le 20 mars 2002 jusqu'au 6 février 2005, au plus tard

Al Zikovitz, nomination le 15 février 2001 jusqu'au 6 février 2004, au plus tard

** date de démission*

La rémunération totale des membres du conseil d'administration pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2004 s'est élevée à 25 216,83 $.

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

Les états financiers ci-joints ont été établis par la direction, conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada, et conformément également aux conventions comptables décrites à la Note 2 aux états financiers. Lorsqu'elle a dû fournir des estimations ou des avis, la direction a établi les sommes visées de façon raisonnable selon les conventions comptables généralement reconnues au Canada.

La direction assume la responsabilité de toute l'information financière figurant dans les états financiers et a attesté qu'une information complète a été fournie au vérificateur provincial.

Pour aider la direction à s'acquitter de ses responsabilités, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario applique des contrôles internes visant à fournir une assurance raisonnable que ses actifs sont protégés, que seules les transactions justifiées et autorisées sont permises, et qu'une information financière exacte, opportune et complète est préparée.

Le conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario est chargé de veiller à ce que la direction s'acquitte de ses obligations. Il a constitué un Comité de vérification composé de ses propres membres. Le comité rencontre périodiquement les membres de la haute direction ainsi que le vérificateur provincial pour discuter des questions liées à la vérification, au contrôle interne et aux politiques comptables et financières. Les états financiers sont revus par le Comité de vérification avant d'être approuvés par le conseil d'administration.

Le vérificateur provincial exécute une vérification annuelle conformément au paragraphe 14(1) du Règlement de l'Ontario 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*. Le rapport du vérificateur précise la portée de l'examen et de l'opinion du vérificateur et figure aux pages suivantes.

Michel Frappier
Directeur général

Le 12 juillet 2004

Kristine Murphy
Directrice, Activités opérationnelles et recherche
Le 12 juillet 2004

Rapport du vérificateur

Au conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario et à la ministre de la Culture.

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario au 31 mars 2004, l'état des résultats d'exploitation et de l'évolution de l'actif net et l'état des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à donner mon opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

La vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous les égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 2004, ainsi que les résultats de son exploitation et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

Toronto (Ontario)
Le 12 juillet 2004

Gary R. Peall, CA
Vérificateur provincial adjoint
par intérim

BILAN

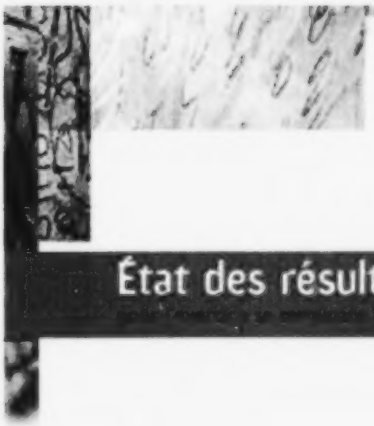
	2004 (en milliers de $)	2003 (en milliers de $)
ACTIF		
Disponibilités et quasi-espèces	7 543	7 896
Comptes débiteurs	71	32
Charges payées d'avance	30	32
Intérêts à recevoir	38	13
Actifs à court terme	7 682	7 973
Immobilisations (Note 3)	1 059	588
	8 741	8 561
PASSIF		
Comptes fournisseurs - programmes	469	726
Comptes fournisseurs - autres	377	403
Dette à la province	433	108
	1 279	1 237
ENGAGEMENTS (NOTE 8)		
ACTIF NET		
Investi dans les immobilisations	1 059	588
Non affecté	6 403	6 736
	7 462	7 324
	8 741	8 561

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil d'administration :

Marcelle Lean
Présidente

John Simcoe
Membre, Comité de vérification



État des résultats d'exploitation

	2004 (en milliers de $)	2003 (en milliers de $)
RECETTES		
Ministère de la Culture	9 429	9 475
Frais d'administration de crédits d'impôt	532	537
Intérêts	250	218
Rendement du capital investi - programmes d'aide financière	38	25
Aide pour le SRAS (note 7)	240	–
Autres	127	180
Indemnisation judiciaire (note 6)	–	1 000
	10 616	11 435
DÉPENSES		
Frais d'exploitation (note 4, annexe 1)	6 146	5 854
Initiatives de développement de l'industrie	2 431	1 055
Subventions au groupe du Festival international du film de Toronto	1 265	1 265
Initiative pour l'industrie du livre en Ontario (note 5)	223	1 264
Subventions au Centre canadien du film	200	200
Initiatives de recherche	109	100
Dépenses liées au SRAS (note 7)	104	–
	10 478	9 738
BÉNÉFICES D'EXPLOITATION	138	1 697

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

État de l'évolution de l'actif net

	2004 (en milliers de $)			2003 (en milliers de $)
	INVESTI EN IMMOBILISATIONS	NON AFFECTÉ	TOTAL	TOTAL
Solde en début d'exercice	588	6 736	7 324	5 627
Bénéfice (ou déficit) d'exploitation	(462)	600	138	1 697
Investissement en immobilisations	933	(933)	–	–
Solde en fin d'exercice	1 059	6 403	7 462	7 324

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

État des flux de trésorerie

	2004 (en milliers de $)	2003 (en milliers de $)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES (UTILISÉ DANS LES) ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice d'exploitation	138	1 697
Amortissement des immobilisations	462	381
	600	2 078
VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT HORS TRÉSORERIE		
Comptes débiteurs	(39)	43
Charges payées d'avance	2	69
Intérêts courus	(25)	(11)
Comptes payables et dette à la province	42	326
	(20)	427
ENCAISSEMENT NET PROVENANT DES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION	580	2 505
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES (UTILISÉ DANS LES) ACTIVITÉS DE FINANCEMENT ET DE PLACEMENT		
Achat net d'immobilisations	(933)	(523)
AUGMENTATION (DIMINUTION) NETTE DES LIQUIDITÉS	(353)	1 982
Disponibilités et quasi-espèces en début d'exercice	7 896	5 914
Disponibilités et quasi-espèces en fin d'exercice	7 543	7 896

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Charges d'exploitation

pour l'exercice se terminant le 31 mars 2004

	2004 Réalisations (en milliers de $)	2003 Réalisations (en milliers de $)
Salaires, traitements et avantages sociaux	3 489	3 231
Charges d'exploitation de la Société	472	460
Services de consultation	338	443
Amortissement des immobilisations	462	381
Publicité, promotion et publications	358	200
Aide aux programmes	866	880
Frais de voyage	154	171
Frais juridiques (note 6)	7	88
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	6 146	5 854

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Notes afférentes aux états financiers

Le 31 mars 2004

1. HISTORIQUE

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (« la Société ») est un organisme du ministère de la Culture du gouvernement de l'Ontario, et à ce titre elle n'est pas assujettie au paiement d'impôts sur le revenu. En décembre 2000, la Société qui portait auparavant le nom de Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne, a été modifée, par voie d'un règlement pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*. Ce règlement a révisé le nom, les objectifs et les pouvoirs de la Société. La Société encourage la croissance économique du secteur des médias culturels de l'Ontario et met l'accent sur l'établissement de partenariats stratégiques entre toutes les industries - cinéma, télévision, enregistrement sonore, édition de livres et de revues et médias numériques interactifs.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

(a) Principes comptables
Ces états financiers ont été établis conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

(b) Immobilisations
Les immobilisations sont enregistrées pour leur valeur d'acquisition, diminuée du montant cumulé des amortissements. Les immobilisations sont amorties de façon linéaire, sur les durées suivantes, commençant l'année d'acquisition ou l'année de mise en service, si elle lui est postérieure.

Mobilier et matériel de bureau	10 ans
Matériel informatique	3 ans
Logiciels personnalisés	3 ans
Site Web	3 ans
Améliorations locatives	5 ans

(c) Comptabilisation des recettes
Les frais d'administration de crédits d'impôt sont comptabilisés lorsqu'ils sont gagnés, généralement lors de leur réception. Le rendement des investissements au titre des programmes d'aide financière est enregistré à l'encaissement, car il n'est pas possible de procéder à une estimation raisonnable des montants à recueillir.

(d) Services d'apport
Les services d'apport reçus pour certains événements ne sont pas repris dans les états financiers.

(e) Disponibilités et quasi-espèces
Les disponibilités et quasi-espèces comprennent la trésorerie, les comptes courants bancaires et les dépôts à court terme dont l'échéance est inférieure à 93 jours.

(f) Estimations
L'établissement d'états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada oblige la direction à faire des estimations et des hypothèses qui influent sur les montants d'actif et de passif déclarés à la date des états financiers et sur les montants déclarés des recettes et des dépenses. Les montants réels peuvent être différents de ces estimations.

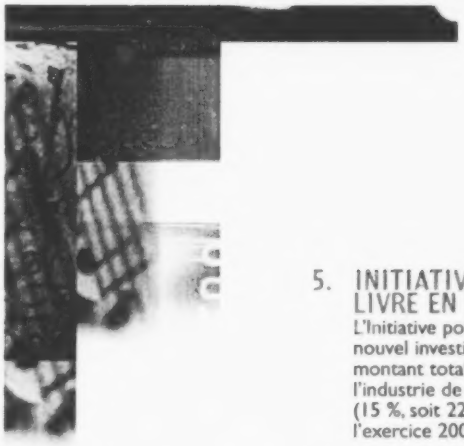
3. IMMOBILISATIONS

Les immobilisations se présentent comme suit :

	2004 (en milliers de $)			2003 (en milliers de $)
	COÛT	AMORTISSEMENT CUMULÉ	VALEUR NETTE COMPTABLE	VALEUR NETTE COMPTABLE
Mobilier et matériel de bureau	286	60	226	60
Matériel informatique	285	232	53	126
Logiciels personnalisés	960	521	439	392
Site Web	36	4	32	1
Améliorations locatives	386	77	309	9
	1 953	894	1 059	588

4. OPÉRATIONS ENTRE ENTITÉS APPARENTÉES

Certains frais d'aménagement de bureau ont été pris en charge par le ministère de la Culture et ne sont pas repris dans l'état des résultats d'exploitation.



5. INITIATIVE POUR L'INDUSTRIE DU LIVRE EN ONTARIO

L'Initiative pour l'industrie du livre en Ontario est un nouvel investissement stratégique non répétitif d'un montant total de 1 487 000 $ destiné à aider l'industrie de l'édition de livres. Le paiement final (15 %, soit 223 000 $) a été versé au cours de l'exercice 2003-2004.

6. INDEMNISATION JUDICIAIRE

La Société a reçu 1 000 000 $ en 2003 au titre du règlement final d'une procédure judiciaire. Les frais juridiques pour 2003 figurant à l'annexe 1 comprennent des frais de 69 000 $ qui sont liés à cette procédure judiciaire.

7. PROGRAMME DU SRAS

Le ministère de la Culture a accordé une aide financière de 200 000 $ à la SODIMO par l'entremise du Fonds de promotion du tourisme culturel, en octobre 2003. Ces fonds visent à appuyer les activités de marketing destinées à permettre à l'industrie de compenser la perte de recettes attribuable à l'épidémie de SRAS en 2003. Les dépenses liées au SRAS au cours de l'exercice financier 2003-2004 se sont élevées à 104 000 $. Une autre tranche de 100 000 $ provenant de ce fonds sera versée à l'industrie en 2004-2005, une fois que les obligations contractuelles auront été satisfaites. En outre, la Ville de Toronto a accordé à la SODIMO une aide financière de 40 000 $.

8. ENGAGEMENTS

(a) Engagements dans le cadre des programmes
La Société a donné son accord à des subventions à hauteur d'un montant de 454 000 $ (2003 - 413 000 $) qui seront versées l'année prochaine sur les fonds existants, si et quand certaines conditions auront été remplies de façon satisfaisante par les récipiendaires. Ce montant n'est pas repris dans l'état des résultats d'exploitation.

(b) Engagements locatifs
La Société a pris des engagements dans le cadre de contrats de location-exploitation pour des locaux et du matériel informatique qui représentent des paiments minimaux futurs de 259 000 $ pour les locaux et de 105 000 $ pour le matériel informatique. Le contrat de location-exploitation pour les locaux expire le 31 octobre 2008 et celui pour le matériel informatique, à diverses dates au cours des trois prochaines années.

(c) Engagements à l'égard d'actifs en cours de développement
La Société a conclu des contrats pour le développement d'un site Web et d'une base de données. Les engagements futurs pour ces projets s'élèvent à 71 000 $.

9. OBLIGATIONS À L'ÉGARD D'AVANTAGES SOCIAUX FUTURS DEVANT ÊTRE VERSÉS AUX EMPLOYÉS

Les employés de la Société sont admissibles à des avantages sociaux qui sont négociés avec l'ensemble des employés de la fonction publique de l'Ontario. Les engagements futurs à l'égard des avantages sociaux gagnés par les employés de la Société sont inclus dans les engagements estimés pour tous les employés provinciaux et sont repris dans les états financiers consolidés de la province. Ces avantages sociaux sont comptabilisés par la Société de la façon suivante :

(a) Régimes de retraite
La Société verse des prestations de retraite à ses employés classifiés à temps plein en participant à la Caisse de retraite des fonctionnaires et à la Caisse de retraite du Syndicat des employés et employées de la fonction publique de l'Ontario. Ces régimes sont comptabilisés comme des régimes multi-employeurs à cotisations déterminées et les dépenses à ce titre représentent les cotisations que la Société est tenue de verser aux régimes au cours de l'année. Ces cotisations pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2004 se sont élevées à 170 000 $ (2003 -115 000 $) et figurent sous Salaires, traitements et avantages sociaux à l'annexe 1.

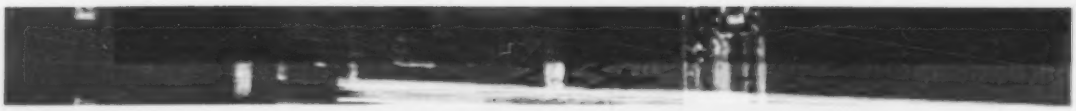
(b) Avantages sociaux non liés aux régimes de retraite versés au départ de l'employé
Le coût des indemnités de départ et des crédits de vacances non utilisés par les employés admissibles sont comptabilisés lorsqu'ils sont versés au moment du départ de l'employé. Le coût des avantages sociaux non liés aux régimes de retraite versés à la retraite relèvent du Secrétariat du Conseil de gestion de l'Ontario et ne sont donc pas repris dans les états financiers.

10. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres comparatifs ont été calculés à nouveau pour respecter la présentation des états financiers de l'exercice en cours.

11. ÉVÉNEMENT POSTÉRIEUR

Par rapport à l'exercice 2003-2004, le ministère de la Culture réduira en 2004-2005 de 3,3 millions de dollars les fonds qu'il accorde à la Société. La direction compte puiser dans l'actif net non affecté les fonds voulus pour compenser cette réduction de l'allocation du ministère.



Renseignements supplémentaires non vérifiés

Le tableau ci-dessous rend compte de 85,3 % des dépenses engagées par la SODIMO pour l'exercice se terminant le 31 mars 2004. Ces dépenses sont liées à la mise en œuvre des programmes.

Ventilation des dépenses
pour l'exercice se terminant le 31 mars 2004

Ventilation des dépenses pour l'exercice se terminant le 31 mars 2004	Société	Mise en œuvre des programmes	Total de 2004 en milliers de $
Aide directe (provenant de l'état des résultats d'exploitation)	–	4 332	4 332
Provenant de l'annexe 1			
Salaires, traitements et avantages sociaux	883	2 606	3 489
Charges d'exploitation de la Société	222	250	472
Services de consultation	124	214	338
Amortissement des immobilisations	212	250	462
Publicité, promotion et publications	81	277	358
Aide aux programmes	–	866	866
Frais de voyage	14	140	154
Frais juridiques	3	4	7
Total des dépenses	1 539	8 939	10 478
% du budget total	14,7 %	85,3 %	100,0 %